

AI만을 이용한 영화·영상 등장... 기술발전으로 한계 극복

모프 기능으로 연속적 시각변화 구현 AI필름·전문제작 스튜디오도 등장 기존 영화산업 위협 우려엔 회의적

생성형 인공지능(AI)의 빠른 발전으로 본격적인 'AI 영상' 시대가 열리고 있다.

16일 <메트로경제신문> 취재를 종합해보면 AI 필름으로 불리는 생성형 AI만을 이용해 제작된 영화와 영상들이 속속 공개되고 있다. 이러한 현상의 배경에는 빠르게 발전한 AI 기술이 자리하고 있다.

이미지·영상 생성형 AI는 그동안 동일한 캐릭터와 스타일을 일관되게 유지하는 데에 어려움이 있었다. 이점은 AI 필름 또는 만화를 제작하고자 하는 이들에게는 치명적인 단점일 수밖에 없었고, 이를 극복하기 위해서는 고사양 컴퓨터와 AI 지식이 필요한 '스테이블 디퓨전' 같은 툴을 사용할 수밖에 없었다. 그러나 최근 그림 생성형 AI '미드저



이미지 생성형 AI 미드저니(Midjourney)를 통해 같은 얼굴로 생성된 그림들의 모습. 과거 AI는 캐릭터 또는 배경을 일관되게 생성할 수 없었으나 다양한 기술이 발전하며 동일한 캐릭터 생성이 가능해졌다. /캡처

니'와 동영상 생성형 AI Veo 2 등이 모프(Morph) 기능까지 내놓으면서 분위기가 반전됐다. 모프는 두 개의 이미지나 비디오를 부드럽게 변형하여 연결하는 기술로, 연속적인 시각적 변화를 구현할 수 있다.

IT·미디어 업계에서 모프 기능에 관심이 집중되는 데에는 기술적 난이도도 있지만 기존 생성형 AI의 한계를 극복한 만큼 향후 활용도가 무궁무진할 것으로 기대되기 때문이다. 모프 기술이 공개되기 이전, 기존 AI 영화들은 생성

형 AI만으로 제작하기보다는 후반 작업(보정, 장면연결, 편집 등)에서만 AI를 활용하는 방식이 일반적이었다.

영상 전체를 AI로 작업할 수 있게 되며 유튜브에는 'AI 필름'이 본격적으로 등장했다. 모든 작업을 생성형 AI를 이용하고 인간은 영상의 각본과 편집만을 담당하는 식이다.

AI 필름 전문 제작 스튜디오도 등장했다. 국내 최초 AI 영상 프로덕션(㈜스튜디오프리일루전은 제1회 두바이 국제 AI 영화제에서 대상과 관객상을 수상했다. 현재 유튜브를 통해 20여 개의 AI 영화를 공개했으며 소속 AI 아티스트인 정은욱 감독은 국내 최초로 배우의 IP를 이용해 AI로 제작한 영화 '나야, 문희'로 단편 영화제 상을 수상하기도 했다.

AI 영화 스튜디오가 아닌 개인들도 제작한 AI 영화를 공개해 큰 반향을 얻고 있다. 유튜브 '로봇손'은 동영상 생성형 AI인 '미니맥스 하이루오' AI를 이용해 '북부대공은 흰 토끼에게 집착

하는 중입니다'라는 제목의 로맨스 판타지 영화를 공개했다. 영상은 공개 4일 만에 1만3000회의 조회수를 기록하며 큰 인기를 끌었다.

업계 종사자들은 AI 필름의 발전 가능성에 기대를 가지면서도, 기존 영화 산업을 위협할 것이라는 우려에 대해서는 회의적인 반응을 보이고 있다.

IT업계 관계자 A씨는 "생성형 AI의 발전 속도가 우리가 생각한 것보다 훨씬 빠르게 이뤄지고 있다"며 "AI 영화 등을 제작하는 방법을 알려주는 동영상들이 수만 회 이상의 조회수를 기록하는 것을 볼 때, 더욱 고퀄리티의 AI 필름들이 쏟아질 것으로 기대된다"고 말했다.

그러면서도 "AI 필름의 발전은 결국 기성 영화 수준에 이를 거라 생각한다"면서도 "그러나 영화라고 하는 장르 자체가 갖는 복잡한 창의적 문법을 과연 AI가 구현할 수 있을까 라는 점에서는 다소 회의적"이라고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

中, 오픈소스 생태계 구축 통해 자립화 속도

중 기업 오픈소스 활동량 119% ↑
딥시크 R1 등 가시적 성과 도출
IITP "韓, 글로벌 협력 필요" 조언

중국이 국가주도의 오픈소스 생태계 구축을 통해 기술 자립화에 속도를 내고 있다. 정부 주도하에 전략적으로 추진한 오픈소스 정책은 가시적인 성과를 내며 디지털 주권 확보를 현실화했다. 한국도 오픈소스 네트워크를 확장하고 글로벌 협업 노력을 가속화해야 한다는 목소리가 나온다.

16일 정보통신기획평가원(IITP)이 중국의 오픈소스 정책 등을 분석한 'ICT(정보통신기술) 브리프' 최신호에 따르면, 지난 2020~2024년 중국 기업들의 오픈소스 활동량이 119% 증가했다.

이는 글로벌 상위 25개 기업의 평균 증가율인 8.9%의 약 13배에 달하는 수치다.

활동량은 오픈소스 공유 사이트인 '깃허브(GitHub)'에서 개발자나 기업 계정이 수행한 모든 공개적인 기여 활동(코드 기록·피드백·수정 및 병합 요청, 프로젝트 관리 등)의 총합을 의미한

다. 같은 기간 화웨이는 605%의 폭발적인 활동 증가세를 나타냈다.

IITP는 보고서에서 중국은 세계 오픈소스 시장에서 입지를 넓혔을 뿐만 아니라, 자체 인프라 구축 등으로 독자적 오픈소스 생태계를 급성장시켰다고 설명했다.

중국 정부는 깃허브와 유사한 코드 호스팅 플랫폼 '기티(Gitee)'를 개발해 운영 중이다.

작년 기준 약 1350만명의 개발자와 1000만개 이상의 리포지토리(코드 저장소)를 확보했다. 2014년 20만명에 불과했던 개발자 풀이 10년 뒤 67.5배 늘어난 것이다.

보고서는 "중국의 오픈소스 생태계 조성 정책은 딥시크의 R1 공개 등 가시적인 성과를 도출했다"며 "미국의 기술 수출 제한에 대응하는 독자적 생태계 구축의 상징적 사례가 됐다"고 밝혔다.

R1은 올 1월 중국의 AI(인공지능) 스타트업 딥시크가 공개한 추론형 AI 모델이다.

딥시크사는 600만달러(약 87억원)의 적은 비용으로 GPT-4와 유사한 성능

을 내는 생성형 인공지능을 개발해 세계 AI 시장에 충격을 줬다.

보고서는 중국 정부가 전략적으로 키운 오픈소스 AI 모델의 글로벌 확산으로 기술 접근성이 향상되고 세계 시장에서 중국 AI 기술의 영향력이 확대됐다고 분석했다.

텐센트는 기업 위젯에 중국산 오픈소스 모델 딥시크-R1을 탑재해 기업용 메신저 시장의 AI 기능 대중화를 촉진했다.

인도네시아 최대 교육 플랫폼인 '루앙구르(Ruangguru)'는 중국 딥시크의 오픈소스 모델을 도입, 국경을 초월한 기술 협력 사례를 만들어냈다.

IITP는 "우리나라는 AI 관련 기술 수준, 자본, 인력 등 인프라 측면에서 선진국 대비 여전히 격차가 있어 이를 해소하기 위한 전략적 접근이 필요하다"며 "글로벌 오픈소스 커뮤니티에 적극적으로 참여해 글로벌 AI 생태계에서의 영향력을 높여가면서 기술 격차를 줄이고 글로벌 협력을 통한 돌파구를 마련해야 한다"고 조언했다.

/김현정 기자 hjk1@

과기부, 올해 과학기술 혁신에 6.6조 투자

17개 시·도, 관계부처와 함께
'지방과학기술진흥종합계획' 확정

과학기술정보통신부가 지난 14일 17개 시·도 및 관계부처(기재부, 교육부, 산업부, 중기부, 지방시대위원회)와 함께 제6차 지방과학기술진흥종합계획 2025년 시행계획을 확정했다.

이번 2025년 시행계획은 제6차 지방과학기술진흥종합계획(2023~2027)의 효과적 이행을 위한 중앙정부, 지방자

치단체의 2024년 추진실적 및 2025년 이행계획을 담고 있다.

이번 시행계획에 따르면 지난해 정부는 총 6조506억원(중앙정부 5조545억원, 지자체 9961억원)을 지역에 투입해 우수 지역혁신클러스터 발굴·육성(2조 1075억원) 및 지역대학·연구기관의 거점화(1조3041억원) 등에 중점 투자했다.

아울러, 지역혁신중심 대학지원체계(RISE)를 도입해 지자체의 행정·재정적 권한을 확대함으로써 지역과 대학의

동반 성장 기반을 마련했다.

올해는 총 6조6528억원(중앙정부 5조 6914억원, 지자체 9614억원)을 투입해, 창업·기업 경쟁력 제고(1조6210억원), 지역 대학·연구기관의 거점화(1조5153억원), 지역 교육 및 산업 활성화(1조 801억원) 등에 주로 투자할 예정이다.

더불어, 지역이 주도하는 과학기술 혁신 추진체계가 정착할 수 있도록 지속 노력할 예정이다. 지자체별로 수립한 과학기술혁신계획에 기반하여 기획된 지자체 주도의 2026년 신규 사업(안)은 소관 부처와 예산을 연계할 수 있도록 지원한다.

/김서현 기자

KT 블루보드, AICT 경쟁력으로 AX 확대

'AX 일 방식 확산' 프로젝트 진행

KT가 2025년 KT 청년 이사회 '블루보드' 발대식을 진행했다고 16일 밝혔다.

블루보드는 KT가 2001년부터 25년간 운영하고 있는 대표적인 기업문화 강화 프로그램이다.

블루보드로 선발된 직원들은 KT의 AICT 서포터즈로서 사내의 AX 확산을 이끌 선도적 역할을 수행한다. 블루보드는 2030세대 직원들로 뽑히며 회사의 경영과 서비스, 핵심 사업 등을 혁신할 수 있는 아이디어를 도출하고, 실제 적용까지 진행한다.

KT는 올해 블루보드 활동 슬로건을 'KT, 혁신과 성장 사이에'로 정하고, 만 39세 미만 과장급 직원 86명을 선발했다. 올해 블루보드는 AICT 경쟁력을 바탕으로 다양한 산업의 AX 확대를 위



2025년 KT 블루보드로 선발된 직원들이 올해 활동 슬로건인 'KT, 혁신과 성장 사이에'와 함께 기념 촬영을 하고 있다. /KT

해 모든 역량과 자원을 집중한다는 경영 전략에 맞춰, 마이크로소프트 코파일럿을 비롯한 업무 혁신 도구의 사용을 전사로 확대하는 'AX 일 방식 확산' 프로젝트를 진행할 계획이다.

대외적으로는 취약 계층의 AX 역량 향상을 지원하는 등 AICT 서포터즈로서 지역사회와 연계한 다양한 ESG 가치 창출도 할 예정이다.

/김서현 기자

LG U+, 프로야구 굿즈 오프라인 매장 열어

잠실야구장 인근 위치

LG유플러스가 프로야구 개막에 맞춰 스포츠 굿즈에 특화된 오프라인 매장을 열었다고 16일 밝혔다.

첫 번째 매장은 잠실야구장 인근인 서울시 잠실동에 위치한 '일상의틈 잠실새내 직영점'이다. LG유플러스는 기존 일상의틈 잠실새내 직영점을 스포츠 굿즈 전문 매장으로 전환했다.

일상의틈 잠실새내 직영점은 기존 통신 상품 판매 및 상담 등 서비스를 제공하면서, LG트윈스의 유니폼과 굿즈를 판매하는 '숍인숍' 형태로 운영된다. 프로야구 경기장 내 곳곳에 흩어져 있던 유니폼을 포함한 각종 굿즈 판매를 한 번에 윈스톱으로 제공하는 것이 특징이다.

LG유플러스는 굿즈 판매 외에도 스



LG유플러스 모델이 스포츠 굿즈 전문 매장으로 세단정한 일상의틈 잠실새내 직영점에서 LG트윈스 콜라보 굿즈를 소개하고 있다.

/LG유플러스

포츠 팬들이 매장에서 즐겁게 시간을 보낼 수 있도록 포토카드 키오스크도 배치할 예정이다.

향후 LG유플러스는 회사가 보유한 캐릭터와 LG트윈스 콜라보레이션을 확대해 다양한 전용 굿즈를 제작할 방침이다.

/김서현 기자