[칼럼이 있는 AI톡]②메타버스, 한류 앞에 놓인 새로운 길

김동원·이하나 기자 | 승인 2021.07.27 18:38

"칼럼이 있는 AI톡"

중앙대 인문콘텐츠연구소 & AI타임스 공동기획

[편집자주] 인공지능(AI)이 우리 일상 생활 속으로 점점 더 가깝게 다가오고 있습니다. 인공지능의 좋은 점과 나쁜 점에 대해서 설왕설래합니다. 많은 논의들이 진행되고 있습니다. 무릇 결론은 '사람이 중요하다'는 점입니다.
때문에 AI기술 중심으로 움직이는 현실에서 그 속에 있는 인간과 문화, 철학과 예술에 대한 논의를 일상의 눈높이에서 해보고자 합니다. 때로는 AI에 대한 사색을, 때로는 AI 도입으로 바뀌는 삶에 대해 생각하는 재료를 만들어 선보이겠습니다. 이번 특별기획은 중앙대 인문콘텐츠 연구소와 AI타임스가 공동으로 기획하고 진행합니다.

[글 싣는 순서]

① **"메타버스, 새로운 기술 아냐" 최적 타이밍 맞았을 뿐** / 박상용 교수

② **메타버스, 한류 앞에 놓인 새로운 길 / 황서이 교수**

③ **"화자(話者)가 누구인가?"가 중요해진 세상** / 조희련 교수

④ **AI 번역, 따라올 테면 따라와 봐** / 남영자 교수

⑤ **구직자 관점에서 바라본 AI 면접** / 문혜진 교수

⑥ **AI는 소설 작가가 될 수 있을까?** / 강우규 교수

⑦ **인간과 기계의 결합: 하이브리드(hybrid) 존재, 사이보그 /** 양재혁 교수

⑧ **셰익스피어의 소네트와 AI-셰익스피어의 소네트 /** 박소영 교수

⑨ **마술은 과학을 낳고, 과학은 마술을 낳고 /** 박평종 교수

⑩ **우리들의 기술응전기(技術應戰記) /** 김형주 교수

⑪ **인공지능윤리, 그 잠재성의 중심 /** 문규민 교수

⑫ **"우리는 목적 함수가 같아": AI 리터러시 교육의 이유 /** 이유미 교수

토크 포인트(Talk Points)

내가 좋아하는 스타를 쉽게 만날 수 있다. 사인도 받고 춤도 배운다. 메타버스 시대가 열리면서 가능해진 결과다.

메타버스와 한류가 만났다. 블랙핑크 아바타가 메타버스에서 팬사인회를 하고 BTS가 쇼케이스를 연다.

"코로나로 인해 위축됐던 한류가 메타버스를 만나 코로나 이전보다 더 큰 성장을 꾀하고 있어요. 한류와 메타버스의 시너지는 글로벌 경쟁력 강화로 이어질 겁니다"

황서이 중앙대 교수는 메타버스와 한류의 만남을 긍정적으로 평가한다. 그런데 이 메타버스. 어떻게 하면 잘 만들고 잘 성장시킬 수 있을까?

이 질문의 답으로 황 교수는 '문화적 상상력'이라는 카드를 꺼낸다. 메타버스 공간을 매력적으로 만들어주는 비장의 카드다. 초대한다. 이 카드가 선사하는 또다른 메타버스 세계로.

[칼럼] 메타버스, 한류 앞에 놓인 새로운 길

황서이 중앙대 인문콘텐츠연구소 HK연구교수

황서이 중앙대 인문콘텐츠연구소 HK연구교수. (사진=황서이 교수)

최근 기술 발달과 코로나19 확산으로 비대면 플랫폼에 익숙한 MZ세대가 메타버스를 소통 공간으로 활용하기 시작하며 관련 시장이 빠르게 성장하고 있다.

메타버스(Metaverse, 가상·초월을 뜻하는 meta와 세계·우주를 의미하는 universe의 합성어)는 현실과 가상이 섞인 공간으로, 물리적 한계를 초월해 온라인에서 새로운 세계를 만들거나 가상현실(VR, Virtual Reality), 확장현실(XR, Extended Reality), 증강현실(AR, Augmented Reality), 혼합현실(MR, Mixed Reality) 등이 더해진 가상공간을 의미한다. 코로나로 인해 현실세계에서 채울 수 없는 욕구들은 현실 너머의 새로운 세계, 메타버스로 눈을 돌리게 했다.

현실세계와 유사하지만 더욱 정교하게 작동하는 가상세계를 구현하기 위해서 일차적으로 필요한 것은 기술이지만, 그 공간을 매력적으로 가공하기 위해서는 문화적 상상력이 뒷받침되어야 한다.

포트나이트 내 BTS '다이너마이트' 이모트 댄스 (출처=포트나이트)

해외 대표적인 메타버스 플랫폼인 로블록스(Roblox), 포트나이트(Fortnite) 등이 문화적 상상력으로 구현된 가상공간을 기반으로 한 게임 콘텐츠를 보여주고 있다. 그리고 '제페토(ZEPETO)'는 네이버 자회사인 네이버제트가 운영하는 국내 대표적인 메타버스 플랫폼으로 2020년 12월 기준으로 전 세계 이용자 수가 2억 명을 넘어섰고, 글로벌 AR 아바타 서비스, 공연 및 전시 등 다양한 문화예술 장르를 메타버스 공간에서 보여주는 실험적 콘텐츠를 시도하고 있다.

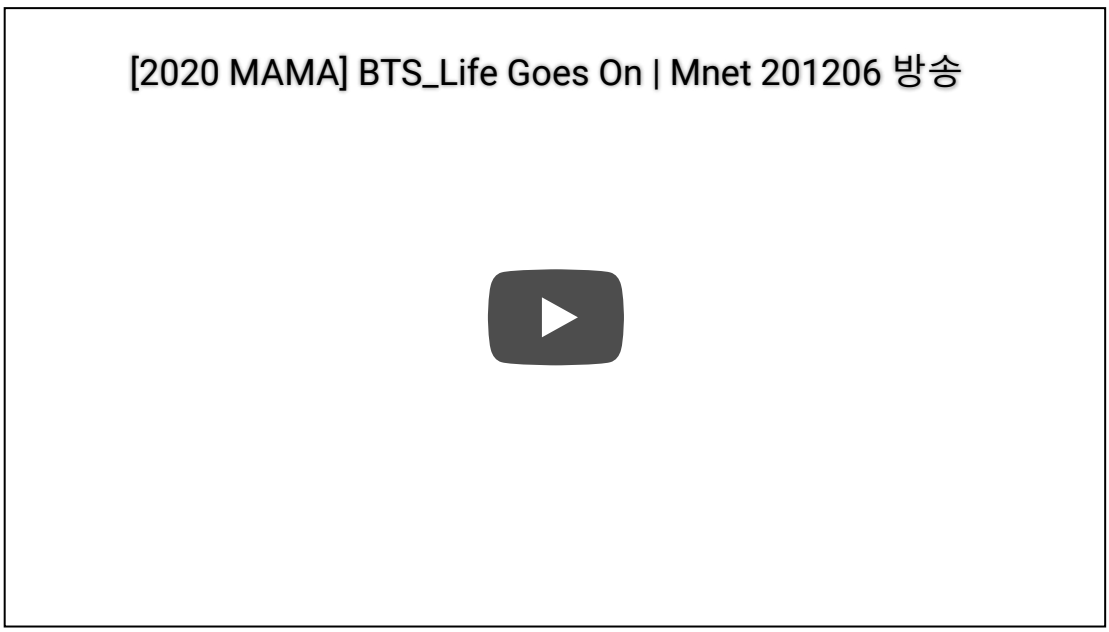
이러한 메타버스 플랫폼은 2차원의 한계를 넘어 문화콘텐츠를 전달할 수 있는 채널로서 충분한 잠재력을 지닌 공간이기 때문에 한류도 메타버스로 무대를 옮겼다.

코로나로 정체돼 있던 한류에 변화의 바람을 불어넣은 건 엔터테인먼트와 기술의 만남이다. 인터넷 네트워크를 기반으로 컴퓨터, 모바일 디바이스, 가상현실(VR), 증강현실(AR), 확장현실(XR), 혼합현실(MR), 홀로그램, 스마트 글래스 등 다양한 실감 디바이스에 블록체인 기술까지 더해져 콘텐츠와 기술 간의 융합이 이루어지고 있다. 이러한 작업들로 엔터테인먼트 콘텐츠 속 상상의 메타버스는 새로운 역사를 쓰고 있다.

Beyond LIVE에 자이언트 시원(슈퍼주니어) 등장!!!!!

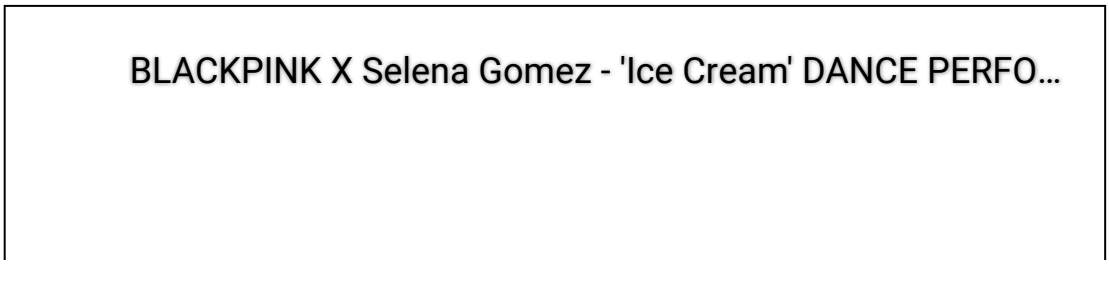
(출처=점프스튜디오)

2020년 4월, SM엔터테인먼트는 세계 최초로 유료 온라인 콘서트 '비욘드 라이브'를 시작했다. 전 세계 12만 3000여명이 접속한 비욘드 라이브에서 슈퍼주니어 멤버 최시원을 12m 크기의 혼합현실(MR) 이미지로 등장시켰다. 또한 '2020 엠넷 아시안 뮤직 어워드(MAMA)'에서는 어깨 수술로 불참한 방탄소년단(BTS) 멤버 슈가가 가상으로 등장해 시청자들의 이목을 끌었다.



(출처=엠넷)

2020년 9월에는 해외 대표적인 메타버스 플랫폼인 '포트나이트(Fortnite)'에서 방탄소년단의 다이너마이트 안무 버전이 전 세계 최초 공개되며 주목받았다. 그리고 이 플랫폼에서는 800 V-Bucks(포트나이트에서 사용하는 게임 내 재화)주고 안무를 구매하여 이용자의 아바타가 BTS 안무를 추고, 각 이용자의 아바타가 모여 군무도 가능한 기술력을 보여주었다.



(출처=블랙핑크 공식 유튜브)

비슷한 시기에 YG엔터테인먼트는 국내 대표적인 메타버스 플랫폼인 제페토(ZEPETO)와 협업해 블랙핑크를 3D 아바타로 재현해 팬 사인회를 진행했으며, 전 세계 4600만 명이 접속한 사례도 있다. SM엔터테인먼트는 'SMCU(SM CULTURE UNIVERSE)'라는 자사 메타버스 비전을 설정하여, 2020년 11월 현실과 가상세계의 경계를 초월하여 가상세계의 아바타와 현실세계의 멤버가 함께 공존하고 서로 소통하는 새로운 형태의 걸그룹 에스파(aespa)를 기획했다.

앞서 보여준 비욘드 라이브에서 슈퍼주니어 최시원과 2020 MAMA에서 방탄소년단 슈가의 등장은 가상의 것들을 현실로 가져온 것이라면, 포트나이트의 BTS, 제페토의 블랙핑크, 'SMCU' 에스파의 등장은 현실이 된 가상세계인 메타버스에서 이루어진 것이다.

4명은 사람, 4명은 아바타 멤버로 구성된 에스파 (사진=에스파 공식 유튜브)

이수만 SM 총괄 프로듀서는 "미래 세상은 Wireless, Borderless, Seamless World가 될 것이고, 인공지능 등의 급격한 발전으로 기술이 특이점(Singularity)을 향해 가고 있다. 청각과 시각으로 음악을 즐기던 한계를 뛰어넘어 현실공간과 가상공간의 경계 없이 콘텐츠를 경험하게 될 미래에는 무한한 크로스오버와 컬래버레이션이 이루어지며 새로운 콘텐츠 세상을 구축하게 될 것이다"라고 밝히며, 메타버스 플랫폼의 중요성과 발전 가능성을 전망했다.

이제 메타버스는 미래가 아닌 현실로 다가왔고, 가상현실(VR), 증강현실(AR), 확장현실(XR), 혼합현실(MR) 등의 기술을 타고 현실세계를 초월한 가상세계가 일상으로 들어왔다. 이러한 시기에 발맞춰 국내 대형 엔터테인먼트 기업들은 IT 기업과 손잡고 메타버스 플랫폼 활용과 자체 메타버스 플랫폼 개발 등에 매진하고 있다.

코로나로 인해 위축되었던 한류는 메타버스를 만나 시너지를 내면서 코로나 이전보다 더 큰 성장을 꾀하고 있다. 한류와 메타버스의 시너지가 혁신적인 글로벌 비즈니스 모델 구축과 글로벌 경쟁력 강화에 기여할 것으로 기대한다.

비하인드 인터뷰

칼럼을 읽은 후 칼럼니스트에게 질문 혹은 반문하는 것은 다소 귀찮거나 힘든 일이다. 독자를 대신해 AI타임스가 여전히 남은 궁금증을 풀어봤다. 조금은 매울지도.

(사진=황서이 교수)

Q. 메타버스에 대한 정의가 다양하다. 가장 공감한 정의는 무엇인가.

최근에 본 '새로운 기회를 열어 줄 (가상) 신대륙'이라는 의미에 가장 공감이 간다. 코로나19로 잠시 주춤한 한류도 가상 신대륙에서 새로운 기회를 만들기 위한 다양한 변화가 나타나고 있기 때문이다.

Q. 메타버스에서 구현되는 한류는 무엇이 있나.

K-pop 공연·음악 한류, 관광 한류, 패션·뷰티 한류 등이 메타버스에서 성장세를 보이고 있다. 대형 기획사가 소속 아티스트의 신곡을 선보이거나 팬 미팅을 진행하고, 한국관광공사가 한류스타 아바타로 관광 홍보를 하는 등의 시도가 이뤄지고 있다.

Q. 메타버스 내에서 한류가 가지는 의미가 궁금하다.

내가 좋아하는 한류 스타와의 만남, 유명 명품 브랜드의 경험, 코로나로 갈 수 없는 곳을 관광하는 등 메타버스 속 한류는 무한한 성장 가능성을 지니고 있다.

Q. 코로나19가 한류와 메타버스의 만남을 이끌었다고도 생각된다. 코로나19가 잠잠해지면 어떨 것 같나.

메타버스 인기는 유지될 것이라고 본다. 최근 광고에서 가상인간 로지가 이슈가 됐다. 이처럼 아바타를 이용하는 경우가 많아지고 있어서 메타버스 인기는 코로나19 이후에도 계속될 것으로 생각된다.

Q. 메타버스에서 한류 발전을 위해 필요한 점은 무엇일까.

지속해서 문화적 상상력을 담은 차별적인 경험 제공과 다양한 이벤트, 메인 콘텐츠에서 파생되는 N차 콘텐츠 생성이 필요하다고 생각한다.

Q. 문화적 상상력은 무엇을 의미하나.

실제(real) 같지만 실제는 아닌, 실제는 아니지만 실제 같아야 하는 가상공간을 만들기 위해서는 인간의 삶의 흔적이 남긴 문화 전반에서 발휘되는 상상력이 필요하다. 이것이 문화적 상상력이다.

Q. 문화적 상상력은 기술자가 아닌 예술창작자의 영역인 것 같다.

맞다. 현실이 아니지만 현실과 유사한 매력적인 가상공간을 구현하기 위해서는 무한한 문화적 상상력과 창의력을 지닌 예술창작자들의 역할이 매우 중요하다고 생각한다. 이 때문에 조금은 낯설 수 있지만 시대에 따라 변화하는 기술을 점검하고, 지속적인 소통과 논의가 중요하다고 본다.

Q. 문화예술 분야에서 활용되는 메타버스가 있나.

가상미술관, 가상갤러리, 가상박물관 등에서 적극 활용하고 있다. 이들은 가상현실과 증강현실 등을 접목해 가상공간에서 색다른 퍼포먼스와 전시를 하고 있다. 블록체인 기술과 메타버스 개념을 적극적으로 수용하고 있는 'NFT 아티스트'들도 존재한다.

Q. 게임과 한류가 메타버스를 이끌고 있지만, 세대별 갈등도 있을 것 같다.

메타버스와 같은 새로운 개념의 등장은 수용자의 태도가 중요하다. 어른들은 MZ세대가 메타버스를 즐기는 것을 볼 때 공부는 안 하고 게임을 하고 있다고 생각할 수도 있다. 하지만 미국에서는 이런 세대가 자라 그 안에서 새로운 환경을 만들고 실제로 관련 직업을 갖는 사례가 많다. 시대가 바뀌었다고 생각하고 아이들이 접근할 수 있는 가능성을 열어두는 게 필요하다.

Q. 반면 어른들을 위한 교육도 필요할 것 같다.

너무 중요하다. 교육도 필요하지만 열린 마음으로 수용할 수 있는 태도를 키우는 것도 중요하다. 이를 위해 직접 메타버스를 체험해볼 기회를 제공하면 좋을 것 같다. 예를 들어 최근 인기인 트로트 무대를 메타버스를 구현하는 시도가 많아진다면 세대 간 격차가 줄어들 수 있다.

황서이 교수는 중앙대학교에서 광고홍보학과 예술학을 전공했다.
현재 중앙대학교 인문콘텐츠연구소에서 HK연구교수로 재직 중이며, 빅데이터 분석기술을 적용하여 문화예술 분야의 경향 및 동향을 분석하는 트렌드 연구와 한류 K-pop에 관한 융합연구를 주력으로 하고 있다. 현재 AI 버추얼 인플루언서와 메타버스 속 한류에 관련된 연구를 수행하고 있다.

AI타임스 김동원 기자 goodtuna@aitimes.com / 이하나 기자 22hnxa@aitimes.com

김동원·이하나 기자 goodtuna@aitimes.com

저작권자 © AI타임스 무단전재 및 재배포 금지