

**2025**

디자인·문화콘텐츠 ISC

**반기별 이슈리포트**  
**통합본 (2건)**



디자인·문화콘텐츠 인적자원개발위원회  
Design-Cultural Content Industrial Skills Council



**2025**

디자인·문화콘텐츠 ISC

**반기별 이슈리포트**  
**통합본 (2건)**



# 2025 디자인·문화콘텐츠 ISC 반기별 이슈리포트 통합본 목차

---

01

2025 1/2분기  
이슈리포트

생성형 AI로 넓히는  
디자이너의 영역  
콘텐츠 제작 사례

---

02

2025 2/2분기  
이슈리포트

생성형 AI 기술활용  
문화콘텐츠 전망과  
발전 전략

---

생성형 AI를 활용한 실전 콘텐츠 제작 사례

- 01. 생성형 AI X 콘텐츠 제작 혁신 05
- 02. 소규모 디자인그룹 X 생성형 AI 협업 실험실 07
- 03. 크리에이터 X 생성형 AI 툴 활용법 13

- 
- 01. AI와 콘텐츠, 크리에이터의 미래 23
  - 02. 뉴욕 인사이트: AI가 바꾸는 산업환경과 직무 31

# 01

2025 1/2분기 이슈리포트

**생성형 AI로 넓히는  
디자이너의 영역  
콘텐츠 제작 사례**

---

# 목차

**머리말: 약화되는 디자인 직종,  
무엇을 준비할 것인가**

---

## 생성형 AI를 활용한 실전 콘텐츠 제작 사례

### 1. 생성형 AI×콘텐츠 제작 혁신:

기업이 주도한 생성형 AI 활용,  
영상계의 새로운 전환점

- 1-1. 영화 제작의 진화: 『들편: 파트 2』,  
생성형 AI 활용으로 시각효과 자동화
- 1-2. 촬영 없이 제작한 생성형 AI 광고:  
현대차 ‘영원히 달리는 자동차’ 캠페인

### 2. 소규모 디자인그룹×생성형 AI 협업 실험실:

창의성과 기술의 융합이 만든 새로운 창작영역

- 2-1. NEITHER.I 인터뷰:  
생성형 AI로 확장하는 창작의 세계
- 2-2. X PLEAT의 생성형 AI 브랜딩 프로젝트:  
‘아래층 세탁소’
- 2-3. 생성형 AI로 탄생한 감각적 브랜딩:  
인플루언서 ‘아이소도프’

### 3. 크리에이터×생성형 AI 툴 활용법:

누구나 창작자가 되는 시대,  
나만의 콘텐츠를 빠르고 강력하게

- 3-1. 생성형 AI로 만드는 나만의 영향력:  
SNS 콘텐츠 제작 사례
- 3-2. 생성형 AI가 운영하는 버튜버,  
생성형 AI가 자율 방송하는 시대
- 3-3. 소규모 사업자의 비밀 병기:  
뤼튼으로 콘텐츠 10배 빠르게 만들기

---

**맺음말: 변화에 휘둘릴 것인가,  
변화의 파도를 탈 것인가**

**머리말**

# 머리말:

## 약화되는 디자인 직종, 무엇을 준비할 것인가

디자이너의 역할 감소가 아닌  
새로운 패러다임을 위해  
준비해야 할 것들

디자인 산업은 생성형 AI 기술의 발전과 도입 확대, 변화하는 시장 수요, 경제적, 환경적, 정책적 변화 등으로 인해 직무 구조에 중대한 변화를 겪고 있다. 2D 렌더링, 편집 디자인, 목업 제작, 마켓 리서치, 서비스 디자인 개발 등 전통적인 디자이너 직무는 점차 약화되는 양상을 보이고 있다. 디자인·문화콘텐츠 ISC는 이러한 감소 추세를 체계적으로 분석하기 위해 데스크 리서치, 업계 종사자를 대상으로 한 정량적 설문조사, 심층 인터뷰를 진행하였다. 조사 결과, 단순 그래픽 작업, 반복적이거나 정적인 콘텐츠를 제작하는 디자인 직무들은 디지털 도구, 생성형 AI 기반 자동 생성 도구들로 빠르게 대체되고 있음을 확인하였다. 생성형 AI, 정교한 3D 시각화 소프트웨어, 디지털 프로토타이핑 기술의 발전은 관련 분야 디자이너에 대한 수요를 현저히 줄이고 있다. 또한, 디지털 콘텐츠 소비로의 사회적 전환은 전통적인 디자인 전문 분야의 필요성을 더욱 약화시키고 있다. 여기에 더해, 운영 효율화를 위한 조직 및 직무 개편, 디지털 혁신을 장려하는 정책 환경은 이러한 직무 변화를 가속화하고 있다.

디자이너 개인, 조직(기업기관), 교육 및 정책 분야를 아우르는 전략적 프레임워크가 필요하다. 디자이너는 창의적 사고와 더불어 전략적 역량, 기술적 숙련도를 통합하여 역량을 다변화해야 하며, 조직은 자동화에 덜 취약한 전략적·인간 중심의 역량을 강조하는 다기능 팀으로 인력을 재구성할 필요가 있다. 교육 기관과 정책 입안자들은 산업의 새로운 요구에 부합하도록 교육 프로그램을 개선하고 지속적인 학습과 역량 개발 지원 정책을 펼쳐야 한다.

이에 본 리포트는 디자인산업에 종사하는 디자이너들이 생성형 AI 활용을 통한 새로운 직무 변화를 이해할 수 있도록 비즈니스 실적 중심의 현장사례를 수록하였다.



# **생성형 AI를 활용한 실전 콘텐츠 제작 사례**

<p>1. 생성형 AI × 콘텐츠 제작 혁신</p>	<p>2. 소규모 디자인 그룹 × 생성형 AI의 협업 실험실</p>	<p>3. 크리에이터 × 생성형 AI 툴 활용법</p>
<p>기업이 주도한 생성형 AI 활용, 영상계의 새로운 전환점</p>	<p>창의성과 기술의 융합이 만든 새로운 창작영역</p>	<p>누구나 창작자가 되는 시대, 나만의 콘텐츠를 빠르고 강력하게</p>
<p>1-1. 영화 제작의 진화: 『들편: 파트 2』, 생성형 AI 활용으로 시각효과 자동화</p>	<p>2-1. NEITHER.I 인터뷰: 생성형 AI로 확장하는 창작의 세계</p>	<p>3-1. 생성형 AI로 만드는 나만의 영향력: SNS 콘텐츠 제작 사례</p>
<p>1-2. 촬영 없이 제작한 생성형 AI 광고: 현대차 ‘영원히 달리는 자동차’ 캠페인</p>	<p>2-2. X PLEAT의 생성형 AI 브랜딩 프로젝트: ‘아래층 세탁소’</p>	<p>3-2. 생성형 AI가 운영하는 버튜버, 생성형 AI가 자율 방송하는 시대</p>
	<p>2-3. 생성형 AI로 탄생한 감각적 브랜딩: 인플루언서 ‘아이소도프’</p>	<p>3-3. 소규모 사업자의 비밀 병기: 뽀빠리로 콘텐츠 10배 빠르게 만들기</p>

# 영화 제작의 진화: 『둔: 파트 2』, 생성형 AI 활용으로 시각효과 자동화

1 — 1

## DNEG\*, 『둔: 파트 2』에 생성형 AI 기반

### 눈 색상 변경 솔루션 적용

자체 제작한 생성형 AI 기반 눈 색상 변경 솔루션으로

노동자 색상 변경 작업을 자동화,

제작 효율성과 시각적 완성도를 높이다

제작사 DNEG

국가 영국

### 대표프로젝트

영화 시각효과 참여작

인셉션 (Inception, 2010),

인터스텔라 (Interstellar, 2014),

엑스 마키나 (Ex Machina, 2015),

블레이드 러너 2049 (Blade Runner

2049, 2017), 테넷 (Tenet, 2020) 외 다수

## 생성형 AI가 물들인 푸른 눈: 『둔: 파트 2』의 시각효과

영화나 드라마 제작에서 배우의 눈동자 색을 바꾸는 작업은 기술적으로 매우 까다롭다. 특히 원작에서 눈 색깔이 중요한 설정일 경우, 이를 자연스럽게 표현하려면 많은 시간과 노력이 필요하다. 조명이나 배우의 움직임에 따라 눈동색이 달라지기 때문에 후반 작업에서 정교한 시각효과(VFX)\*가 요구된다. 하지만 수작업 방식은 비용과 시간이 많이 드는 단점이 있다.

영화 『둔: 파트 2』 제작진은 이런 한계를 극복하기 위해 AI 기반 머신러닝 기술을 도입했다. 1편에서 수작업으로 처리했던 프레멘 캐릭터의 파란 눈을, 2편에서는 실촬영 데이터를 학습한 AI가 자동으로 인식하고 색상을 변경하는 방식으로 구현했다. 이로써 작업 효율을 높이고 시각적 일관성도 확보할 수 있었다.

무엇보다 1편에서는 사람이 직접 일일이 처리했던 작업을, 2편에서는 세상의 기술 흐름에 맞춰 생성형 AI로 전환했다는 점이 인상 깊은 변화다. 기술의 진보가 영화 제작 방식까지 바꾸고 있는 것이다.

### DNEG(디엔이지)

1998년, 영국 런던에 설립된 시각효과

(VFX) 및 애니메이션 전문 스튜디오

### VFX(Visual Effects)

영화나 영상에서 실제 촬영으로 구현하기

어려운 장면을 컴퓨터 그래픽으로

합성·보정하는 시각효과 기술

## 둔: 파트 2 공식 트레일러 중 일부, ©Warner Bros



### 내용 및 사진 출처

orbitae 공식 웹사이트

"Dune: Part Two": how they did it?

<https://www.orbitae.ch/post/dune-part-two-post-production>

본 사례는 VFX 제작사 DNEG의 작업을 조명할 orbitae의 기사 내용을 기반으로 구성되었습니다. 해당 기사는 DNEG의 공식 자료를 토대로 orbitae에서 자체 작성한 콘텐츠입니다.

# 1—2

## 촬영 없이 제작한 생성형 AI 광고: 현대차 ‘영원히 달리는 자동차’ 캠페인

제작사 INNOCEAN  
국가 대한민국

### 대표프로젝트

현대자동차 ‘아빠의 육감(Dad’s Sixth Sense)’ (2014) 캠페인, 현대자동차 ‘우주로 보낸 메시지(A Message to Space)’ (2015) 캠페인 외 다수

생성형 AI로 이룬 이노션의 광고 제작 혁신 사례  
별도의 촬영 없이

캐릭터 생성, 배경, 음악, 음향까지

모두 생성형 AI로 제작한 사례

### 100% 생성형 AI로만 만든 현대차 숏 필름 캠페인

이노션은 현대자동차의 트럭 브랜드를 홍보하기 위해 100% 생성형 AI만을 활용한 숏 필름 형식의 디지털 캠페인 <영원히 달리는 자동차> 3편을 공개했다. 이번 캠페인은 별도의 촬영 없이 캐릭터 생성, 배경, 음악, 음향까지 모두 AI로 제작했다는 점에서 주목을 받았다. 특히, 현대차 연구원, 블루핸즈 직원 등 실제 기업 캐릭터의 복장과 분위기까지 AI로 정교하게 구현하며 광고 퀄리티에 대한 대중의 기대치를 넘어섰다. 소비자들은 ‘생성형 AI 광고 중 최고의 완성도’, ‘현대차 브랜드 이미지 호감 상승’ 등 긍정적인 반응을 보였다.

이 캠페인은 기존 생성형 AI 광고에서 흔히 볼 수 있던 단순 이미지 나열식 제작을 넘어, 탄탄한 스토리텔링을 담은 숏 필름 형식의 생성형 AI 콘텐츠라는 점에서 생성형 AI 광고의 새로운 가능성을 제시했다.

### 영원히 달리는 자동차 캠페인 대표 이미지

#### 사례 내용 및 사진 출처

이노션 공식 홈페이지  
“100% 생성형 AI로만 만들었다” 이노션,  
현대자동차 신규 디지털 캠페인 온에어  
<https://innosight.innocean.com/>

본 사례는 제작사가 온라인에 공개한  
보도자료를 기반으로 구성되었습니다.



# NEITHER.I 인터뷰: 생성형 AI로 확장하는 창작의 세계

# 2—1

생성형 AI로 작업한 방탄소년단 멤버 뮤직비디오  
유튜브에서 3,278만회 조회수를 달성하다

창작의 폭을 넓히는 새로운 작업방식  
시공간적 제약을 극복할 수 있는 생성형 AI 기술  
수작업의 한계를 넘어 퀄리티 높은 사례

제작사 NEITHER.I  
국가 대한민국

## 대표프로젝트

2025 ALLDAY PROJECT 'Famous'  
뮤직비디오 AI VFX, AI 그래픽 아트워크  
2025 J-HOPE 'Sweet Dreams'  
뮤직비디오 AI VFX, AI 그래픽 아트워크  
2025 P1Harmony 'A hero should be  
heroic' 트레일러 및 'DUH' 뮤직비디오  
AI VFX, 촬영 프롭 AI 아트워크 제작  
2025 ONF 'The Stranger'  
뮤직비디오 AI 그래픽 아트워크, 촬영 프롭  
2024 XG 'YKYK'  
뮤직비디오 AI 그래픽 아트워크  
2024 샤이니 키 'Pleasure shop'  
뮤직비디오 및 하이라이트 메들리 AI VFX

“생성형 AI 기술 기반 뮤직비디오 제작으로 영상미를 강화했습니다. 'J-HOPE', '샤이니 키', 'XG', 'P1Harmony' 등 글로벌 아티스트와 협업해 대중성과 실험성을 모두 인정받았으며, 영상은 수백만 뷰를 기록 중입니다.”

NEITHER.I 강네코(KANGNEKO), 박준선(YPNIDA)

## NEITHER.I, 생성형 AI 기반 창작을 실험하다

NEITHER.I(니더아이)는 생성형 AI를 기반으로 크리에이티브 아트워크와 영상을 제작하는 프리랜서 팀이다. 영상 연출과 사진 작업을 주로 하는 강네코(KANGNEKO, 이하 강네코)와 전자 음악, 멀티미디어 아트 분야에서 활동하는 박준선(YPNIDA, 이하 박준선)으로 구성되어 있다. 이들은 생성형 AI를 단순한 도구로 보는 것이 아니라, 모든 작업 과정에 적극적으로 통합하며 시각적 실험을 이어가고 있다.

특히 뮤직비디오, 웹사이트, 그래픽 아트웍, 촬영 소품 등 다양한 제작 분야에서 생성형 AI를 전방위적으로 활용하는 것이 NEITHER.I의 가장 큰 특징이다.



2025 P1harmony 'A hero should be heroic' 뮤직비디오 중 스틸컷

이미지 출처: NEITHER.I 원작자 제공

## NEITHER.I의 생성형 AI 광고 제작 프로세스

기획에 따른 작업 흐름 구성	기획 내용을 분석하고 아이디어를 정리한 후, 필요한 장면과 요소를 만들기 위해 어떤 생성형 AI 도구를 사용할지 정하고, 함께 사용할 프로그램들을 어떤 순서로 연결할지 계획하고 준비
이미지 제작	영상의 바탕이 되는 이미지를 생성형 AI를 통해서 만들고, 영상으로 만들기 전에 이미지의 품질을 꼼꼼히 확인하고 필요한 부분을 수정
영상 제작 및 편집	완성된 이미지를 바탕으로 생성형 AI를 활용해 영상을 만들고, 납품 전에 영상의 전체적인 품질을 다시 확인하고 필요한 부분을 수정
피드백에 따른 수정	클라이언트(의뢰인)의 의견을 반영해 기존 결과물의 분위기나 스타일은 유지하면서 세부적인 부분을 더 정밀하게 수정하고, 필요한 경우 사용 도구나 작업 순서를 다시 조정
최종확인 및 납품	최종 결과물을 다시 한번 확인한 후, 화질을 더 좋게 만든 뒤 최종적으로 납품

\*프로젝트의 작업 내용에 따라 프로세스가 상이함,  
위 작업 과정은 보편적인 내용임을 서술

## 생성형 AI, 어떻게 작업에 접목하고 있을까?

NEITHER.I는 대부분의 프로젝트에 생성형 AI를 적극적으로 사용하고 있다.

뮤직비디오 그래픽, 생성형 AI VFX, 촬영 소품 제작까지 생성형 AI의 손길이 닿지 않은 부분이 없을 정도로 깊이 활용하고 있다. 강네코는 아날로그와 디지털의 결합을 목표로, 직접 촬영한 사진이나 영상을 생성형 AI 결과물과 융합하는 작업을 지속해오고 있다. 박준선은 다양한 데이터 기반의 멀티미디어 작업을 통해 생성형 AI를 실험하고 있다. 국악 데이터, 텍스트, 이미지, 영상 등 여러 소스를 활용해 전통과 현대를 넘나드는 새로운 청각·시각적 경험을 구성하고 있다.

## 생성형 AI, 전통적 작업 방식을 어떻게 바꿨을까?

예전에는 촬영장 세팅, 배우 캐스팅, 실제 촬영과 편집까지 긴 시간과 많은 인력이 필요했다. 생성형 AI의 활용은 이러한 과정을 줄이고, 더 다양하고 유연한 결과물을 완성할 수 있게 해준다. 이어지는 장에서 생성형 AI를 활용하여 제작한 NEITHER.I의 대표 뮤직비디오 프로젝트가 어떤 방식으로 만들어졌는지 살펴본다.

# BTS J-HOPE 'Sweet Dreams' 뮤직비디오 제작 과정 (2025)



01

## [01. 욕실에서 구름 위로 자동차 위치 전환장면]

1. 기획에 따른 아이디어 및 작업 순서 구성  
장면을 어떻게 자연스럽게 이어 붙일지 아이디어를 구성하고, 장면전환 효과가 들어갈 영상자료 분석 후 전환의 시작,중간,끝 화면을 지정
2. 촬영본 위에 이미지 편집하기  
촬영된 영상 위에 생성형 AI를 통한 이미지 채우기와 포토샵 이미지 편집을 통해 특정부위 이미지 생성 및 변형
3. 영상제작 및 편집  
완성된 이미지와 촬영본을 시작,중간,끝으로 활용해 영상을 만들고, 장면이 자연스럽게 이어지도록 편집하고 납품 전 품질 검수 및 수정

## [02. 춤추는 모나리자 장면]

1. 모나리자가 영상 속에서 표현해야 할 동작을 실제 사람을 통해 촬영
  2. 해당 영상 속 사람의 움직임을 이용한 모나리자 움직임 영상을 생성형 AI를 활용해 제작
- \*해당 장면의 합성은 합성팀이 따로 제작



02

## [03. 춤추는 시츄 장면]

1. 촬영본 이미지 편집  
:실제 촬영본에서 이미지 크롭 → 실제 촬영본의 안아있는 시츄 인형 이미지에 위에 수면안대 생성 및 그림자 조정
  2. 시츄가 두발로 서있는 장면 영상 제작, 편집  
:편집한 이미지를 활용해 생성형 AI로 시츄가 두발로 서있는 장면 영상 제작 → 영상에서 잘 나온 컷 이미지를 다시 수정
  3. 춤추는 시츄영상 제작  
:수정된 이미지에 생성형 AI를 이용해 시츄가 두발로 서서 춤추는 영상 제작 (발이 땅에 닿지 않기 위함)
  4. 전체 영상 편집  
:앉아있는 시츄 → 두발로 서있는 시츄 장면 → 춤추는 시츄 장면을 이어 붙이고, 재생속도, 타이밍, 색보정을 하여 종합 편집본 완성
- \*해당 장면의 합성은 합성팀이 따로 제작



03

2025 J-HOPE(제이홉) 'Sweet Dreams'  
뮤직비디오 스틸컷 이미지

출처 : 하이브 레이블 공식 유튜브 채널  
<https://www.youtube.com/watch?v=kW1e8NtdW90>

# 생성형 AI의 가장 큰 장점은 시공간과 재료의 제약 없이, 1인 창작자가 보다 자유롭고 폭넓은 예술적 실험을 할 수 있다는 점이라고 평가했다.

## 생성형 AI와 공존



2025 ALLDAY PROJECT  
(올데이 프로젝트) 'Famous'  
뮤직비디오 스틸컷 이미지

출처: 더블랙레이블 공식 유튜브 채널  
<https://www.youtube.com/watch?v=VjvzYjU1mYO>

박준선은 생성형 AI가 복잡한 구조의 결과물을 제작하는 과정을 간소화해준다고 설명한다. 덕분에 다양한 실험을 빠르게 반복할 수 있었고, 방향성을 유연하게 수정하며 완성도를 높이는 작업 방식을 확립할 수 있었다. 그는 생성형 AI의 활용이 작품의 완성도에 더 깊이 집중할 수 있는 계기가 되었다고 평가한다. 다만, 결과물에만 의존하지 않고 아날로그 제작 과정을 함께 더해 창작자로서의 감각과 완성도를 유지하고 있다. 강네코 역시 생성형 AI를 도입한 이후 시공간적 제약에서 벗어나 보다 유연한 작업 환경을 구축할 수 있었다고 말한다. 과거에는 현실적 한계로 아이디어를 실현하지 못하는 경우가 많았지만, 이제는 시간·장소·재료에 얽매이지 않고 폭넓은 창작이 가능해졌다는 점에서 긍정적인 변화를 체감하고 있다. 그는 생성형 AI 결과물에만 의존하지 않고 직접 촬영, 애니메이션, 스케치를 더해 작업을 완성해간다. 또한 자신이 촬영한 사진 데이터를 생성형 AI에 학습시키는 실험도 진행 중이다. 흥미로운 점은, 생성형 AI가 작업 시간을 반드시 줄여주는 것은 아니며, 경우에 따라 더 많은 시간과 비용이 소요되기도 한다는 점이다.

### 뮤직비디오 제작 프로세스 혁신 결과 요약

<b>활용 목적</b>	뮤직비디오 영상 제작과 개인 프로젝트에 활용 및 창작영역 확장, 시공간 제약 극복 및 퀄리티 보강.
<b>활용 생성형 AI들</b>	거의 대부분의 툴 다양하게 사용, 프로젝트 특성 별 상이.
<b>생성형 AI 활용 방식</b>	뮤직비디오에 삽입될 그래픽, 영상, 촬영소품 제작 및 개인 창작영역에서의 실험
<b>주요 성과 및 효과</b>	글로벌 아티스트와 협업, 뮤직비디오 최고 조회수 3000만 이상, 완성도 상승 및 제작과정 간소화. 영상미 제고 및 퀄리티 상승에 도움

본 사례는 해당 작업의 원작자로부터 제공받은 자료를 기반으로 구성되었습니다.

### 시사점 및 체크 포인트

생성형 AI는 창작자의 물리적·시간적 제약을 크게 줄이며 1인 창작 환경을 확장시킨다. 기술 자체보다 아이디어와 창작자의 개성이 점점 더 중요해질 것이다. **생성형 AI는 과정을 다각화하고 창작 완성도를 높이는 도구로 활용될 수 있다.**

# X PLEAT의 생성형 AI 브랜딩 프로젝트 ‘아래층 세탁소’

# 2—2

생성형 AI는 브랜딩 디자인 작업의 새로운 동료  
이미지를 찾는 시간을 이미지를 직접 생성하는 시간으로  
전환하며 프로젝트에 잘 맞는 이미지를 직접 제작한 사례

제작사 X PLEAT  
국가 대한민국

## 대표프로젝트

2023년 KB스타뱅킹 홈 사용자 리서치,  
KB 헬스케어 B2C 신규 서비스 UX 컨설팅,  
부산은행 모바일앱 UX 컨설팅, LX판토  
스 포워딩 서비스 UX 컨설팅, 부동산 매  
입약정 서비스 “햇지했지” UX 컨설팅

## 디자이너는 항상 이미지를 찾아 헤맨다

브랜드의 비전과 메시지를 효과적으로 전달하기 위해, 과거에는 적합한 이미지를 찾거나 브랜드의 정수를 담은 ‘히어로 이미지’를 개발하는 데 많은 시간과 비용이 들었다. 특히 프로젝트 초기 단계에서 이미지 서칭과 제작은 핵심 리소스였다. 하지만 생성형 AI 툴 도입 이후, 이미지를 ‘찾는’ 시간은 이미지를 ‘직접 만드는’ 시간으로 전환되었다. 원하는 인상의 이미지를 빠르게 생성하고, 이를 AI로 정교하게 보정하거나 영상으로 확장하는 새로운 제작 프로세스가 자리잡았다.

규모가 크지 않은 디자인팀도 별도 외주나 이미지 구매 없이 핵심 비주얼을 내부에서 빠르게 시도·검토할 수 있었고, 브랜드에 적합한 목업 이미지 역시 손쉽게 생성·수정할 수 있어 제작 시간과 리서치 비용을 크게 줄일 수 있었다.

결과적으로, 생성형 AI는 작은 팀일수록 더욱 유효한 생산성 향상 및 커뮤니케이션 최적화 도구로 작용하며, 브랜드 비주얼 개발의 새로운 표준이 되어가고 있다.

## X PLEAT가 생성형 AI로 제작한 ‘아래층 세탁소’ 프로젝트 이미지 중 일부



## 사례 내용 및 사진 출처

X PLEAT 공식 홈페이지  
생성형 AI를 동료로 브랜딩 도전  
<https://www.xpleat.kr/Article/article-23>

본 사례는 제작사가 온라인에 공개한  
공식자료를 기반으로 구성되었습니다.

## 생성형 AI로 탄생한 감각적 브랜딩, 인플루언서 ‘아이소도프’

제작사 &Walsh

국가 미국

대표프로젝트

Coconut Cult Branding (2020)

Coolhaus Branding (2019)

Juba Branding (2019)

아이소도프(Isodope)

소셜 미디어를 통해 원자력이 기후 위기의 대안이 될 수 있음을 홍보하는 이 사벨 보메커(Isabelle Boemke)의 온라인 페르소나

DALL-E

Chat GPT 개발사인 오픈AI가 제작한 텍스트 투 이미지 변환 모델

사례 내용 및 사진 출처

&Walsh 공식 홈페이지

<https://andwalsh.com/>

본 사례는 제작사가 온라인에 공개한 공식자료와 디자인 DB('&월시의 AI를 이용한 브랜딩 작업', <https://www.designdb.com/>)자료를 인용 및 재편집 하였습니다.

### 앤월시의 감각적 비주얼 브랜딩

생성형 AI를 활용한 브랜딩 요소 표현의 진화

초기 아이디어 도출과 시각화 단계를 효율화한 사례

### 생성형 AI가 주도한 브랜드 탄생, 브랜딩의 미래를 그리다

뉴욕의 크리에이티브 에이전시 &Walsh(이후 앤월시)는 최근 원자력 인플루언서 아이소도프(Isodope)\*의 브랜딩 작업에 생성형 AI를 적극 활용하였다. 이번 프로젝트에서 앤월시는 아이소도프의 캐릭터성과 메시지를 브랜딩 전반에 구현하기 위해 AI를 창의적으로 도입하였으며, 실제로 이번 브랜딩의 디자인 크레딧에 가장 먼저 이름을 올린 것은 생성형 AI 이미지 생성 툴인 DALL-E\*였다. 브랜딩 콘셉트는 '다른 차원의 학교'라는 설정 아래, 미래에서 온 교실의 선생님 같은 페르소나로 아이소도프를 구축하는 것이었다. 이를 위해 앤월시는 DALL-E를 활용해 이미지, 아이콘, 타이포그래피, 홀로그램, 글자 스티커 등 브랜드 전반에 사용될 비주얼 요소를 제작하였다.

생성형 AI를 통해 제작된 이 브랜딩은 향후 아이소도프 팀이 필요에 따라 브랜드 비주얼을 지속적으로 확장하고 진화시킬 수 있는 유연성도 갖추게 되었다. 앤월시는 이번 사례를 통해 미래와 기술의 메시지를 전하는 브랜딩 과정에서 AI가 유효한 디자인 도구가 될 수 있음을 실질적으로 보여주었다. 아이소도프 프로젝트는 생성형 AI를 브랜드 구축의 핵심 툴로 전면 적용한 사례로, 디자인 업계에서 주목할 만한 새로운 가능성을 제시하였다.

### &Walsh가 생성형 AI로 제작한 '아이소도프' 프로젝트 이미지 중 일부



# 생성형 AI로 만드는 나만의 영향력: SNS 콘텐츠 제작 사례

현직 항해사가 알려주는 선원들의 이야기  
‘생성형 AI로 더 쉽고 빠르게, 콘텐츠를 제작하다’

현직 항해사와 디자이너가 함께 만든 생성형 AI 활용 해양 콘텐츠  
조회수 154만회 릴스 영상의 주인공  
표현이 쉬워지고 작업속도가 빨라진 사례

크리에이터 항해사 해몽이  
국가 대한민국



인스타그램(Instagram + Webtoon)작가.  
현직 항해사가 알려주는 선원들의 이야기  
SNS(인스타그램) 채널 운영중  
Instagram @onthethe.\_sea  
인스타그램 4.7만 팔로워 보유, 릴스 누적  
조회수 4억 뷰 이상 (2025.06.24 기준).  
해양수산부, 국립목해대, 인해고, 오션  
폴리텍 협업

“생성형 AI를 사용하면서 해양 콘텐츠를 훨씬 쉽게 그릴 수 있었고, 작업 속도도 눈에 띄게 빨라졌어요. 팔로워들에게는 유머 있는 콘텐츠들 반응이 좋았고, 인스타그램 릴스 누적 조회수 4억뷰 이상 돌파했어요!”

onthethe.\_sea 인스타그램 계정주 현직 항해사 해몽이, 디자이너 명작가

## 전문 창작자가 아니어도 콘텐츠를 만들 수 있는 시대

onthethe.\_sea는 현직 항해사 해몽이와 디자이너 명작가가 함께 운영하는 인스타그램 채널로, 항해사의 실제 경험을 바탕으로 한 웹툰, 릴스, 유머러스한 일상, 해양 진로 정보 등 다양한 해양 콘텐츠를 다루고 있다. 이들은 친근하고 재미있는 콘텐츠를 통해 대중에게 바다의 매력을 자연스럽게 전하고 있다.

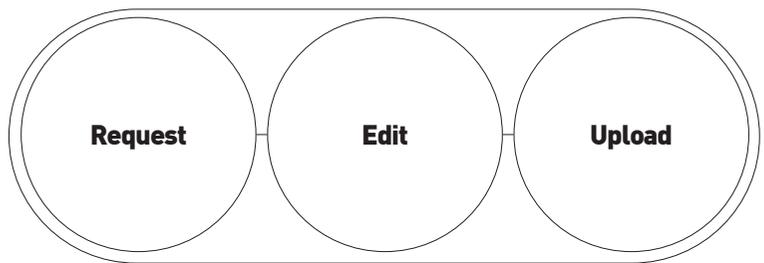
해몽이와 명작가는 각각 항해사와 디자이너라는 본업을 가지고 있지만, 생성형

AI를 활용해 누구나 쉽고 빠르게 콘텐츠를 제작할 수 있는 가능성을 실현하고 있다. 이처럼 비전공자도 자신만의 콘텐츠만 있다면 충분히 창작에 도전할 수 있는 시대가 열렸다. 이제는 기술보다 ‘내가 가진 이야기’가 더 중요해진 것이다.

## 쉽고 빠르게, 생성형 AI로 완성한 유쾌한 해양 콘텐츠

평소 작업 과정에서 이들은 생성형 AI를 적극적으로 활용하고 있으며, 캐릭터 아이디어를 확장하거나 3D 형상 참고 자료를 얻을 때 특히 유용하게 사용하고 있다.

### 생성형 AI를 활용한 SNS 콘텐츠 제작 프로세스



- 1. Request** 생성형 AI에게 이미지 제작 작업지시: 표현하고자 하는 이미지를 문장으로 정리하여 ChatGPT에 입력
- 2. Edit** 생성된 이미지 퀄리티에 따라 선택적으로 다음작업 진행: 원하는 결과가 나올때 까지 반복생성, 생성된 이미지 중 가장 적합한 시안 선정 및 세부요소 수정
- 3. Upload** 완성된 이미지 인스타그램 채널에 업로드: 조회수, 좋아요, 댓글, 공유 등 주요 수치 확인 후 다음 콘텐츠 기획 및 제작

생성형 AI는 작업 속도를 빠르게 해주는 ‘도와주는 비서’ 같은 존재로, 복잡한 배경이나 아이디어 스케치를 손쉽게 구현하는 데 큰 도움이 되고 있다.

대표 작업으로는 2025년 6월 7일 공개된 릴스 콘텐츠 ‘친구 태그해서 해적선 태우기’가 있다. 이 콘텐츠는 생성형 AI를 통해 다양한 배를 생성하여 사람들의 흥미를 유발하는 방식으로 제작되었으며, onthethe.\_sea 특유의 유머러스한 해양 콘텐츠 감성을 잘 보여주는 사례다.



## onthethe.\_sea 생성형 AI 활용 대표작품 소개

친구 태그해서  
해적선 태우기 릴스

조회수  
42.9만

좋아요  
2198개

댓글  
390개

### 짧게, 빠르게, 널리:

### 생성형 AI로 확산하는 릴스 공유 전략

인스타그램 릴스는 짧고 임팩트 있는 세로형(9:16) 영상 포맷으로, 15초~3분 길이의 영상을 쉽게 촬영, 편집할 수 있다. AI 추천시스템으로 비팔로워에게도 노출되어 브랜드 마케팅에 효과적이며, 정적인 콘텐츠보다 20% 이상 높은 상호작용을 유도한다. 특히 MZ세대는 DM 공유 문화를 통해 릴스를 소비하며, 공유를 유도하는 짧은 콘텐츠가 트렌드다. '항해사 해몽이'는 생성형 AI로 다양한 선박 이미지를 만들어 빠른 장면 전환의 릴스를 제작하였고, 시청자가 이미지를 선택하며 친구와 공유하도록 유도했다. 이는 소규모 크리에이터도 생성형 AI 기술과 DM 공유 문화를 활용해 고품질·고도달 콘텐츠를 빠르게 제작·확산할 수 있음을 보여주는 사례로, 개인 크리에이터에게 유용한 릴스 전략으로 평가된다.

#### 항해사 해몽이 작가가 생성형 AI로 제작한 릴스 이미지 중 일부



이미지 출처: onthethe.\_sea 공식 인스타그램 채널  
[https://www.instagram.com/reel/DK15hWmp3nr/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DK15hWmp3nr/?utm_source=ig_web_copy_link)

## 생성형 AI 도입 이후, 창작은 더 유연해졌다

생성형 AI 도입 이후 작업 방식은 뚜렷하게 변화했다. 원하는 그림을 훨씬 쉽게 구현할 수 있게 되었고, 작업 속도 역시 눈에 띄게 빨라졌다. 복잡한 배경이나 캐릭터의 포즈·구도 등에서 생성형 AI가 좋은 참고자료가 되어주었고, 결과적으로 보다 효율적이고 유연한 작업 환경이 만들어졌다.

## 가장 많이 활용하는 생성형 AI 툴은 ‘ChatGPT’

현재 onthethe.\_sea는 주로 ChatGPT 유료 버전을 활용해 생성형 AI를 사용하고 있다. 캐릭터 포즈, 구도, 배경 이미지 등을 생성하여 작업 초기 아이디어를 구체화하는 데 참고하며, 이를 바탕으로 최종 결과물을 손으로 다듬는 과정을 거치고 있다. 다만, 생성형 AI의 단점도 있다. 원하는 이미지를 얻기까지 여러번 반복 생성해야 하고, 최종 결과물 역시 리터칭이 필요한 경우가 많다는 점이다. 이들은 생성형 AI의 발전이 앞으로 작업 효율을 더욱 높여줄 것이라 기대하고 있지만, 동시에 생성형 AI의 도용 및 악용에 대한 우려도 함께 가지고 있다. 생성형 AI는 분명 창작의 문턱을 낮추는 긍정적인 도구이지만, 앞으로 기술 발전 속도에 맞춰 저작권 및 윤리적 가이드라인이 함께 정착되어야 한다는 점을 강조했다.

## 나만의 콘텐츠가 있다면 누구나 창작자가 될 수 있다

기술의 진입장벽은 점점 낮아지고 있으며, 전문가가 아니어도 개성 있는 콘텐츠를 만들 수 있는 환경이 열렸다. 비전문가, 비전문가도 자신만의 관점과 콘텐츠를 가진다면 지금이 바로 창작에 도전할 가장 좋은 시대임을 onthethe.\_sea는 직접 증명하고 있다.

### 생성형 AI 활용, SNS 팔로워 성장 및 콘텐츠 제작 효율화 사례

활용 목적	인스타그램 콘텐츠 제작, 해양 콘텐츠 대중화·셀프 브랜딩(자기 PR) 유머 기반 소통·실제 경험 공유
생성형 AI 활용 툴	ChatGPT 유료버전 이미지 생성 기능 활용
생성형 AI 활용 방식	인스타그램 업로드용 게시글 이미지, 릴스영상 제작, 그리기 어려운 배경이미지나 캐릭터의 포즈, 구도, 아이디어 스케치 제작
주요 성과 및 효과	팔로워 및 조회수 증가 (팔로워 4.7만, 릴스 누적조회수 4억뷰 돌파) 작업 시간 단축, 효율 증가

본 사례는 해당 작업의 원작자로부터 제공받은 자료를 기반으로 구성되었습니다.

### 시사점 및 체크 포인트

생성형 AI는 창작자의 아이디어를 구체화하고 시각화하는데 큰 도움을 주며, 비전문가도 콘텐츠 제작에 참여할 수 있도록 진입장벽을 낮추고 있다. 작업속도가 빨라짐은 물론, 이미지, 구도, 아이디어 표현의 다양성은 확대되며, 창작자의 시각적 표현이 풍부해진다.

# 생성형 AI가 운영하는 버튜버, 생성형 AI가 자율 방송하는 시대

# 3—2

“운영 자율화 생성형 AI 스트리머”의 등장  
버튜버의 새로운 진화  
생성형 AI 로 만들고 방송하는 ‘Neuro-sama’

크리에이터 Vedal  
국가 영국

트위치 팔로워 81.4만명  
유튜브구독자 68.7만명

## 활동내용

2018년, 최초 개발. osu 게임 플레이  
전용 AI 봇으로 시작.

2022년 12월, 버추얼 유튜버로  
부활하여 트위치에서 본격적으로 활동

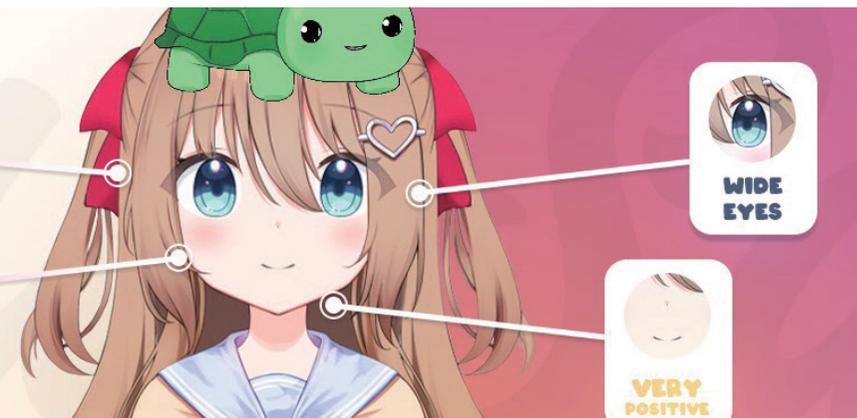
Neuro-sama는 생성형 AI 기반 버추얼 유튜버(VTuber)이다. 채팅, 노래, 영상 리액션, 게임 플레이 등 다양한 콘텐츠를 실시간으로 제공하는 디지털 캐릭터이다. 주로 트위치에서 활동하며, AI의 자연스러운 대화 능력과 실시간 상호작용이 주요 특징이다.

## Neuro-sama 개발자: Vedal인터뷰

### ‘내가 만들고 싶은 프로젝트’가 가장 강력한 동기

개발자 Vedal은 Neuro-sama의 핵심 기술로 대규모 언어 모델(LLM)을 꼽는다. 구체적인 개발 과정은 공개하지 않았지만, OpenAI API를 활용하면 누구나 비슷한 생성형 AI 챗봇을 실험해볼 수 있다고 설명한다. Vedal은 특별한 전공이나 학위보다는 ‘내가 만들고 싶은 것’이 가장 강력한 동기였다고 말한다. 유튜브 튜토리얼로 프로그래밍을 독학했고, 처음엔 따라하며 배우다가 점차 독립적인 프로젝트로 발전시켰다고 한다. 입문 언어 선택에 정답은 없으며, 자신이 자주 쓸 도구가 가장 좋은 언어라고 덧붙였다. 중요한 건 우선 시작하고 꾸준히 만들어보는 것. 생성형 AI 개발도 결국 창작의 또 다른 형태라는 점을 Neuro-sama가 보여주고 있다.

### 공식 유튜브에 업로드한 ‘Neuro-sama’의 시각적 특징을 나타낸 이미지



사례 내용 및 사진 출처  
vedal987공식 트위치 채널  
<https://www.twitch.tv/vedal987>

개발자 인터뷰 출처  
<https://vedal.xyz/advice>

본 사례는 제작사가 온라인에 공개한  
공식자료를 기반으로 구성되었습니다.

# 3 — 3

## 소규모 사업자의 비밀 병기: 뤼튼으로 콘텐츠 10배 빠르게 만들기

제작사 wrtn  
국가 대한민국

### 대표연혁

2024.06 뤼튼 사용자 370만명 돌파  
2024.06 Pre Series B 투자 유치  
2024.02 한국무역협회 한일교류특별위  
원회 위원 위촉

### 아마존 베드락(Amazon Bedrock)

생성형 AI 모델을 쉽게 활용할 수 있도록  
지원하는 AWS의 완전 관리형 서비스

### AWS (Amazon Web Services)

아마존이 제공하는 세계 최대의 클라우  
드 컴퓨팅 서비스 플랫폼으로, 데이터 저  
장, 서버 운영, AI 개발 등 다양한 IT 인  
프라를 온라인에서 제공한다.

### 사례 내용 및 사진 출처

뤼튼 공식 홈페이지  
<https://2025-update.wrtn.ai/>

본 사례는 제작사가 온라인에 공개한  
공식자료를 기반으로 구성되었습니다.

### 뤼튼의 생성형 AI 매직

마케팅 콘텐츠를 쉽고 빠르게 완성

시간과 비용은 줄이고, 브랜드 가치는 높이고

## 소규모 사업자 및 디자이너에게 실질적인 비즈니스 파트너

소규모 사업자 및 크리에이터가 생성형 AI 툴인 뤼튼을 활용할 경우, 콘텐츠 제  
작의 시간과 비용을 크게 절감할 수 있는 장점이 있다. 제품 상세페이지, SNS  
콘텐츠, 블로그 글, 광고 카피 등 다양한 마케팅 자료를 빠르게 생성할 수 있어  
외주 의존도를 낮추고, 업무 효율도 높일 수 있다.

특히 뤼튼은 광고·마케팅에 최적화된 문장과 형식을 제안해, 카피라이팅 경험  
이 없는 사용자도 높은 품질의 콘텐츠를 손쉽게 제작할 수 있다. 제품명과 특징  
만 입력하면 자동으로 상세페이지 문구, SNS 글, 해시태그 등을 생성해주며, 광  
고 카피, 고객 응대 메일, 브랜드 스토리 등도 손쉽게 작성 가능하다. 아래 부문  
별 가능한 활용 예시를 첨부한다.

### 활용 예시

### 추천 제작 방식

·1인 뉴스레터 발행자의 글쓰기 파트너	→ 칼럼/뉴스레터 템플릿 활용
·소상공인의 마케팅 글쓰기 자동화	→ 문장 피드백 SNS 홍보 문구 생성, 제품 설명 템플릿
·디자인 스튜디오의 제안서/카피 작성	→ 슬로건 생성기, 비즈니스 문서 템플릿 활용
·보조 유튜브 크리에이터의 콘텐츠	→ 유튜브 기획/스크립트 작성, 제목 생성 활용
·스타트업의 보도자료/소개서 작성	→ 보도자료 템플릿, 회사 소개서 자동 생성 기능 활용

아마존베드락(Amazon Bedrock)\* 기반으로 구축된 뤼튼은 빠르고 안정적인  
사용자 경험을 제공하며, AWS\*, Microsoft 등과 협력해 지속적인 기술 고도화  
를 추진 중이다. 결론적으로, 뤼튼은 콘텐츠 제작과 브랜드 운영을 동시에 지원  
하는 소규모 사업자의 든든한 파트너가 될 수 있는 생성형 AI 도구다.

**맺음말**

## 맺음말:

# 변화에 휘둘릴 것인가, 변화의 파도를 탈 것인가

생성형 AI를 전략적으로  
활용해야 지속가능한  
성장을 이룰 수 있다.

## 디자이너에게 요구되는 새로운 역량

오늘날 디자인 직무는 단순한 결과물 제작을 넘어, 문제를 정의하고 솔루션을 설계하는 확장된 역할로 진화하고 있다. 생성형 AI를 비롯한 기술 혁신은 반복적이고 수작업 중심의 업무를 빠르게 대체하고 있으나, 창의력, 맥락 이해, 공감 능력과 같은 인간 고유의 역량은 여전히 디자이너의 핵심 자산으로 남아 있다.

이러한 흐름 속에서 디자이너는 기술을 두려워하기보다 능동적으로 수용하고, 전략적으로 활용하는 역량을 갖추어야 한다. 생성형 AI는 도구에 불과하며, 그 가치를 결정하는 것은 결국 사용자의 활용 방식에 달려 있기 때문이다.

## 현장의 변화, 실천으로 이어지다

대기업 브랜드 캠페인부터 소규모 창작자의 콘텐츠 제작까지, 이번 이슈리포트에 소개된 다양한 사례들은 생성형 AI가 단지 효율 향상을 넘어, 새로운 창작 방식과 업무 문화를 만들어가고 있음을 보여준다. 실제로 많은 디자이너들이 실무에 AI를 도입하고 있으며, 그 효과는 점차 명확해지고 있다. 물론 저작권, 진정성, 데이터 편향 등 해결해야 할 과제도 존재하지만, 기술을 외면하기보다 더 나은 활용을 위한 고민이 필요한 시점이다.

## 지속가능한 직무를 향한 전환점

결국 생성형 AI의 활용은 선택이 아닌, 생존과 성장을 위한 필수 전략이 되고 있다. 단순한 기술 습득을 넘어 이를 융합적으로 사고하고 전략적으로 설계하는 역량이 디자이너의 미래 경쟁력을 좌우할 것이다.

지금쯤 낯설고 어렵게 느껴질 수 있으나, 이 변화는  
지속가능한 디자이너로 성장하기 위한 중요한 전환점이다.

본 이슈리포트가 전하는 사례들이 변화의 흐름 속에서 방향을 모색하는 디자이너들에게 작지만 의미 있는 이정표가 되기를 바란다.

# 02

2025 2/2분기 이슈리포트

## 생성형 AI 기술활용 문화콘텐츠 전망과 발전 전략

---

# 목차

## 1. AI와 콘텐츠, 크리에이터의 미래

---

- 1-1. AI와 K-콘텐츠의 만남:  
애니메이션, 문화 플랫폼으로 진화하다
- 1-2. AI 시대, 조직은 사라지고 감각이 부상한다:  
크리에이터 생존의 기본기, 디지털 리터러시
- 1-3. AI 시대의 디자인 패러다임 전환:  
오퍼레이터를 넘어 사고 확장의 파트너로

## 2. 뉴욕 인사이트: AI가 바꾸는 산업환경과 직무

---

- 2-1. 펜타그램 (Pentagram)  
**정준기** Associate Partner / Design Lead:  
“AI 시대, 디자이너의  
‘기본기’와 컨셉’이 더욱 중요해진다”
- 2-2. 락스타 게임즈 (Rockstar Games)  
**Peter Hyun** 엔지니어:  
“게임업계, AI 직격탄 ...  
전문성 갖춘 ‘플러스알파’ 인재가 살아남는다”
- 2-3. 라이선싱 인터내셔널 (Licensing International)  
**Maura Regan** 회장  
“IP 산업의 핵심 과제:  
차세대 인재 양성, 위조품 방지, 그리고 AI”
- 2-4. 메타 (Meta)  
**강준수** 프로덕트 디자인 리드 & SVA 겸임교수  
“미래의 디자이너는 문제 해결사,  
비즈니스적 사고를 기반으로 시작해야”
- 2-5. 슈퍼매스 스튜디오 (Supermass Studio)  
**차태욱** 소장  
“공간의 진정한 가치는  
‘공공성’과 ‘사람의 경험’에 있다”
- 2-6. 뉴욕한국문화원 (Korean Cultural Center NY)  
**황태현** 영화/콘텐츠 프로그램 디렉터  
“K-콘텐츠, 이제는 ‘수요’에 답해야 할 때 ...  
지속가능성을 고민하다”
- 2-7. 파슨스 디자인 스쿨 (Parsons School of Design)  
**Andrew Shea & 윤소영** Associate Professor  
“미래의 디자이너는 비판적 사상가  
AI 시대, ‘왜(Why)’를 묻는 능력이 핵심이다”
- 2-8. 컬처허브 (CultureHub)  
**Mattie Barber-Bockelman** 프로듀싱 디렉터  
**채상민** 예술·신흥미디어 디렉터  
**DeAndra Anthony** 테크니컬 디렉터  
“AI는 마법이 아니다  
예술은 기술을 소비하는 대신 ‘전복’한다”



**시와 콘텐츠,  
크리에이터의 미래**

---

**1-1**  
**AI와 K-콘텐츠의 만남**

---

애니메이션,  
문화 플랫폼으로 진화하다

---

**1-2**  
**AI 시대, 조직은  
사라지고 감각이 부상한다**

---

크리에이터 생존의 기본기,  
디지털 리터러시

---

**1-3**  
**AI 시대의  
디자인 패러다임 전환**

---

오퍼레이터를 넘어  
사고 확장의 파트너로

# AI와 K-콘텐츠의 만남: 애니메이션, 문화 플랫폼으로 진화하다

# 1 — 1

## 생성형 AI, 애니메이션 제작의 구조를 근본적으로 혁신하다

생성형 AI의 도입은 콘텐츠 산업, 특히 애니메이션 분야에 가장 큰 변화를 가져오고 있다. 애니메이션은 전적으로 디지털 환경에서 완성되어 실사 영상보다 디지털 자율성(Digital Autonomy)이 높아 AI 적용에 효율적이며, 제작비 30~60% 절감 및 제작 기간 70% 이상 단축이 가능할 것으로 판단된다. AI는 기획, 시각화, 후반 단계 전 과정에서 스토리 시놉시스 생성, 콘셉트 아트 제작, 다국어 번역 등을 수행하는 '창조적 보조자(Creative Collaborator)'로 자리 잡는다.

## 하청 산업에서 IP 기획 중심의 플랫폼형 창의 조직으로

AI 도입은 과거 원화가, 채색가 등 공정 중심의 분업형 노동집약적 산업 구조를 급격히 축소시키고 있다. 산업 내 인적자원은 수작업 인력에서 AI 운용 인력으로 이동하며, 소수의 감독, 프로듀서, 아트디렉터 등 크리에이티브 디렉터 중심의 고감도 창의 조직(High Sensibility)으로 재편되고 있다. 이 변화는 IP 기획 역량이 핵심 경쟁 요소로 부상하고 있음을 의미하며, 소수의 핵심 인력으로도 글로벌 수준의 애니메이션 완성이 가능한 실험적 사례가 등장하고 있다.

- 기고자 한국애니메이션제작자협회  
강문주 협회장
- 주요경력 現 ㈜선우엔컴퍼니 이사  
前 문화체육관광부  
애니메이션진흥위원장
- 주요작품 2023 슈퍼트론(KBS)  
2021 반짝반짝 달남이(KBS)  
2018 토비엔테리(Netflix)  
2015 엉뚱발랄 콩순이  
2007 천년여우 여우비
- 수상경력 2022 문화체육관광부장관  
표창  
2019 문화체육관광부장관  
표창  
2018 대한민국 콘텐츠대상  
대통령상 수상

### 생성형 AI 도입 이후 애니메이션 채용시장 전망

구분	기존 인력 중심	AI 도입 이후 인력 중심	비고
프리프로덕션	시나리오작가, 콘티작가, 캐릭터 디자이너, 모델러	AI 콘셉트 디자이너, 프롬프트 엔지니어, 크리에이티브 디렉터	AI 툴을 활용해 수백 개의 콘셉트 아트를 단시간 내 생성·조합
메인프로덕션	원화가, 동화가, 채색가, 렌더러	AI 애니메이션 슈퍼바이저, 데이터 큐레이터	AI가 자동 생성한 컷의 감정 일관성·캐릭터 리깅 품질을 관리
포스트프로덕션	편집자, 효과음 디자이너, 후반녹음	AI 사운드 큐레이터, 콘텐츠 최적화 분석가	AI 음향 합성·자동 더빙·데이터 기반 유통 최적화
기획/제작 관리	PD, 프로듀서	IP 프로듀서, 데이터 기반 마케팅PD	기획부터 글로벌 시장 대응까지 데이터 기반 의사결정 중심

## 인적자원 변화의 장점과 단점

구분	장점	단점
생산성 측면	인건비 절감, 제작 기간 단축, 반복작업 감소	AI 의존으로 인한 직무 축소, 숙련기술 단절
창의성 측면	다양한 시각 실험 가능, 비전문가도 창작 참여	창작의 개성·감성 약화 위험, 결과물의 동질화
산업 구조 측면	글로벌 협업 확대, 소규모 창업 용이	대형 스튜디오의 구조조정·고용 불안 심화
인적자원 측면	기회력 중심의 고급인력 부상, 신직종 창출(AI프롬프트, 큐레이터 등)	전통 애니메이터·디자이너의 대량 일자리 감소, 세대 간 기술 단절

## K-콘텐츠를 연결하는 문화적 허브

2025년 넷플릭스를 통해 런칭된 <K-Pop Demon Hunters>는 AI 기술을 직접 활용하지는 않았으나, K-Pop, 한국 전통문화, 서울의 현대적 풍경을 결합하여 한국 문화가 하나의 종합 브랜드로 작동하는 ‘문화 플랫폼화’의 가능성을 보여주었다. 이 작품은 K-Fashion, K-Lifestyle, K-Food, K-Language, K-Tourism 등 서로 다른 한류 콘텐츠 영역을 하나의 서사 안에서 결합하는 문화 통합 모델을 제시하였다. 작품 속 로케이션이 ‘성지순례 관광지’로 확산되거나, 한국어 표현 삽입이 언어 학습 동기를 자극하는 등, 애니메이션이 국가 이미지 제고 및 문화 수출 구조를 고도화하는 데 기여하고 있다.

## AI와의 융합, 진화하는 ‘살아있는 예술’의 시대

향후 <K-Pop Demon Hunters>형 콘텐츠가 생성형 AI와 결합할 경우, 팬 데이터 분석 기반의 맞춤형 서사 조정이나, AI 보이스 모델을 활용한 ‘버추얼 아이돌 소통’이 가능해져 쌍방향 한류 생태계를 형성할 것으로 예상된다. AI 도입은 창작 프로세스를 고정된 선형(Linear) 구조에서 피드백을 실시간으로 반영하는 순환형(Co-Evolutionary) 형태로 변화시켜, 애니메이션을 관객과 함께 성장하는 ‘진화하는 예술(Living Art)’로 변모시킨다. 결국 창작의 주체는 ‘감독-팬-AI’로 구성된 삼자 협력형 생태계(Trilateral Creative Ecosystem)로 전환되며, 산업 간 융합이 본격화될 것으로 전망된다.



버추얼아이돌 ‘위시팝’

☞신우엔컴퍼니에서 K-Pop 소재를 바탕으로 개발 중인 생성형AI 기술을 적극 활용한 양방향 소통 버추얼아이돌

# AI 시대, 조직은 사라지고 감각이 부상한다:

## 크리에이터 생존의 기본기, 디지털 리터러시

### 컨베이어 벨트 시대의 종말: AI가 해체하는 분업구조

20세기 산업의 기반이었던 분업 구조와 이를 조율하기 위해 탄생한 기업(거래 비용 내부화 장치)의 경계가 생성형 AI의 등장으로 빠르게 해체되고 있다. AI 도구는 기획, 제작, 배포 과정의 고비용 구간을 자동화하며 역할 간의 중간 교섭 과정을 사실상 제거하고 있다. 그 결과, 과거 그래픽, 기획, 개발처럼 서로 다른 숙련이 결합되어야 가능했던 성과가 이제 개인의 작업으로 수렴되는 현상이 나타난다. 특히 게임 제작 산업에서는 캐릭터 원화 디자이너, 리거\* 등 세분화되었던 전문 직무가 검수 및 보정 중심으로 재편되거나 규모가 축소되고 있다.

기코자 NCIDS\* User Growth  
Platform Center  
이윤석 센터장  
\*NC소프트 IT서비스 자회사

주요경력 現 NCIDS 센터장  
前 NC소프트 센터장

주요학력 KAIST 산업디자인학사

### 디지털 리터러시 격차가 임금 구조를 재편하다

AI는 작업의 조작(Execution)을 대체하면서 기획, 디자인, 개발 직군 간의 경계를 모호하게 만들었다. 이 변화 속에서 AI, 데이터, 코드에 대한 문해력(디지털 리터러시)이 상대적으로 낮은 직군이 생산성 배당을 덜 가져가고 단가 압력을 먼저 받는 구조가 나타난다. 예컨대, UI/UX 디자이너의 월평균 임금 하락 폭이 응용SW개발자 대비 크게 나타난 것은 역할 해체에 따른 현상으로 분석된다. 구인 공고 분석 결과에서도 단순 정보처리 등 대체 기술 수요는 감소하고, 디지털 리터러시나 협업 능력과 같은 AI 보완(Complement) 기술에 대한 수요가 증가하고 있음이 확인된다.

리거  
리깅은 게임 속 캐릭터에 뼈대를 심는 일이다. 캐릭터의 움직임을 구현하려면 일반적으로 모델링-리깅-애니메이션 순서로 작업한다. 모델러가 캐릭터를 모델링하면 리거는 캐릭터가 움직일 수 있는 상태로 만든다.

---

## AI가 대체할 수 없는 크리에이터의 무기, ‘감각’

생성형 AI는 기술적으로 매끈한 출력을 만들지만, 경험적 균형(색, 리듬, 여백, 문화적 문맥)을 포착하지 못하여 인간은 불쾌한 골짜기(The Uncanny Valley)의 어색함을 감지하게 된다. 따라서 AI 시대에 디자이너의 역할은 ‘손으로 결과물을 만드는 사람’에서, AI의 결과물을 감정적·문화적 맥락 속에서 조정하고 교정하는 사람으로 이동해야 한다. 창작은 통계적 정답이 없는 영역이므로, ‘무엇이 아름다운가’를 가늠하는 판단력과 감각이 크리에이터의 핵심 경쟁력으로 남게 된다.

## 생존을 위한 확장: ‘사고의 언어’로서의 프로그래밍

크리에이터는 감각이라는 무기 외에 AI가 작동하는 방식인 언어(프롬프트)에 대한 이해와, 그 방향을 실행 가능하게 만드는 프로그래밍 언어에 대한 문해력을 갖춰야 한다. 여기서 프로그래밍 언어는 개발자의 전유물이 아닌, 설계 의도를 재현 가능한 절차로 바꾸는 ‘사고의 언어’로 인식된다. 크리에이터는 감각(미학)과 구조(로지), 실행(성능)을 하나의 의도 아래 정렬시키기 위해 기획·데이터·개발의 경계 바깥으로 역할을 확장해야 하며, 디지털 리터러시로 사고하고 감각으로 최종 판단하는 창작자가 AI 이후의 시대를 주도할 것으로 전망된다.

# AI 시대의 디자인 패러다임 전환:

오퍼레이터를 넘어 사고 확장의 파트너로

1 — 3

## 문제의 핵심: AI를 대하는 ‘관점’의 차이

AI 기술의 급부상은 디자인 업계에 큰 변화와 동시에 불안감을 야기하고 있으며, 많은 디자이너들이 AI 사용이 자신의 대체로 이어질까 우려하고 있다. 그러나 AI에 대한 접근 방식을 전환하는 것이 위기를 혁신의 기회로 만들 수 있다. 중요한 질문은 “AI를 단순히 효율을 높이는 데 쓸 것인가”가 아니라, “AI를 어떻게 하면 사고를 확장하는 방향으로 쓸 수 있을까”로 바뀌어야 한다.

기고자 삼성전자 염성진 프로  
주요경력 現 삼성전자 MX  
(Mobile Xperience)  
사업부 디자이너  
前 삼성디자인 멤버십 멘토  
주요학력 한양대 산업디자인학사  
홍익대 산업디자인석사

## AI의 진정한 가치: 속도와 다양성을 통한 사고 촉진

초기 AI 툴 실험을 통해 얻은 가장 중요한 통찰은 AI의 진정한 가치가 결과물의 최종 퀄리티가 아닌 ‘속도와 다양성’에 있다는 점이었다. Midjourney나 ChatGPT 같은 툴은 완성도는 낮더라도, 인간이 미처 생각하지 못한 새로운 방향을 빠르게 제시하는 능력을 보여주었다. 따라서 AI는 결과를 대신 내주는 도구가 아니라, 디자이너의 사고를 자극하고 무수한 가능성을 펼쳐 보이는 ‘사고 확장의 촉진자’ 역할을 수행한다는 결론에 도달하였다.

---

## 디렉터의 시선: 판단력 강화에 집중하는 프로세스 혁신

이러한 통찰을 바탕으로 디자인 프로세스를 재정비하여, 기존에 시간이 오래 걸리던 '탐색과 검증' 구간에 AI를 집중 투입한다. AI는 수많은 시각적 아이디어를 확산시키는 역할을 맡고, 디자이너는 AI가 제시한 아이디어 속에서 "디렉터의 시선"으로 최적의 방향을 평가하고 선택한다. 이 구조는 단순한 작업 속도 향상을 넘어, 디자이너의 사고 깊이와 판단의 명확성을 함께 높여준다. AI는 이제 효율의 도구가 아닌, 사람의 사고를 전환시키는 프레임으로 작동하는 단계에 이르렀다.

### i + ai (혁신)의 구조로 미래를 결정하다

AI를 대하는 두 가지 관점은 미래를 결정한다. 첫째,  $i = ai$  (의존의 구조)는 AI가 대신 판단하게 두는 오퍼레이터적 접근으로, 인간이 쉽게 대체될 수 있는 단기적 효율에 머무른다. 둘째,  $i + ai$  (혁신의 구조)는 AI의 특성과 한계를 이해하고 이를 사고의 엔진으로 활용하여 인간의 판단력을 확장시키는 디렉터적 접근이다. AI 시대에 디자이너는 바로 이 'i + ai' 혁신의 구조를 추구해야 한다. 앞으로의 디자인 핵심 역량은 AI를 얼마나 잘 다루느냐보다, AI와 함께 어떻게 사고하고 판단하여 시야를 확장하느냐에 달려 있다고 말할 수 있다.



**뉴욕 인사이드:  
시가 바꾸는 산업환경과 직무**

---

**2-1**  
**펜타그램**  
**(Pentagram)**

정준기  
Associate Partner / Design Lead

---

“AI 시대, 디자이너의  
‘기본기’와 컨셉’이  
더욱 중요해진다”

---

**2-2**  
**락스타 게임즈**  
**(Rockstar Games)**

Peter Hyun  
엔지니어

---

“게임업계, AI 직격탄 ...  
전문성 갖춘 ‘플러스알파’  
인재가 살아남는다”

---

**2-3**  
**라이선싱 인터내셔널**  
**(Licensing International)**

Maura Regan  
회장

---

“IP 산업의 핵심 과제:  
차세대 인재 양성,  
위조품 방지, 그리고 AI”

---

**2-4**  
**메타**  
**(Meta)**

강준수  
프로덕트 디자인 리드 &  
SVA 겸임교수

---

“미래의 디자이너는 문제  
해결사, 비즈니스적 사고를  
기반으로 시작해야”

---

**2-5**  
**슈퍼매스 스튜디오**  
**(Supermass Studio)**

차태욱  
소장

---

“공간의 진정한 가치는  
‘공공성’과 ‘사람의 경험’에  
있다”

---

**2-6**  
**뉴욕한국문화원**  
**(Korean Cultural Center NY)**

황태현  
영화/콘텐츠 프로그램 디렉터

---

“K-콘텐츠, 이제는 ‘수요’에  
답해야 할 때 ... 지속가능성을  
고민하다”

---

**2-7**  
**파슨스 디자인 스쿨**  
**(Parsons School of Design)**

Andrew Shea & 윤소영  
Associate Professor

---

“미래의 디자이너는 비판적  
사상가. AI 시대, ‘왜(Why)’를  
묻는 능력이 핵심이다”

---

**2-8**  
**컬처허브**  
**(CultureHub)**

채상민 / Mattie  
Barber-Bockelman /  
DeAndrea Anthony  
프로덕션 디렉터 / 예술진흥미디어  
디렉터 / 테크니컬 디렉터

---

“AI는 마법이 아니다.  
예술은 기술을 소비하는  
대신 ‘전복’한다”

# 펜타그램 (Pentagram) 정준기 Associate Partner / Design Lead

“AI시대, 디자이너의  
‘기본기’와 ‘컨셉’이 더욱 중요해진다”

세계적인 디자인 컨설팅사 펜타그램(Pentagram). 이곳에서 활동하는 정준기 Associate Partner를 만나 생성형 AI가 디자인 현장에 미치는 영향과 업계의 고민, 그리고 미래 디자이너가 갖추어야 할 역량에 대해 들었다. 그는 기술이 발전할수록 역설적으로 디자이너의 기본기와 컨셉(기획력)이 더욱 중요해진다고 강조했다.



# 2—1

## 정준기

### 경력

2021~현재 펜타그램  
Associate Partner /  
Design Lead  
2014~2018 안그래픽스  
아트디렉터

### 교육

2019~2021 예일대  
그래픽디자인석사  
2008~2014 홍익대  
시각커뮤니케이션디자인학사

### 수상

2024 ISTD 국제타이포그래픽어워드  
2017 레드닷 커뮤니케이션디자인  
2016 레드닷 커뮤니케이션디자인  
2015 레드닷 커뮤니케이션디자인

### 개인포트폴리오

<https://www.jun-jung.com>



Tel Magazine vol.2

Book, 2018, Ahn Graphics

정준기 디자이너가 편집자 겸 아트디렉터로 참여한 Tel Magazine은 동아시아 디자인에 초점을 맞추어 다양한 인쇄방식, 디자인을 활용하여 각 기사별로 다양한 내러티브를 담아내었다.

## 거대한 흐름, 그러나 신중한 접근

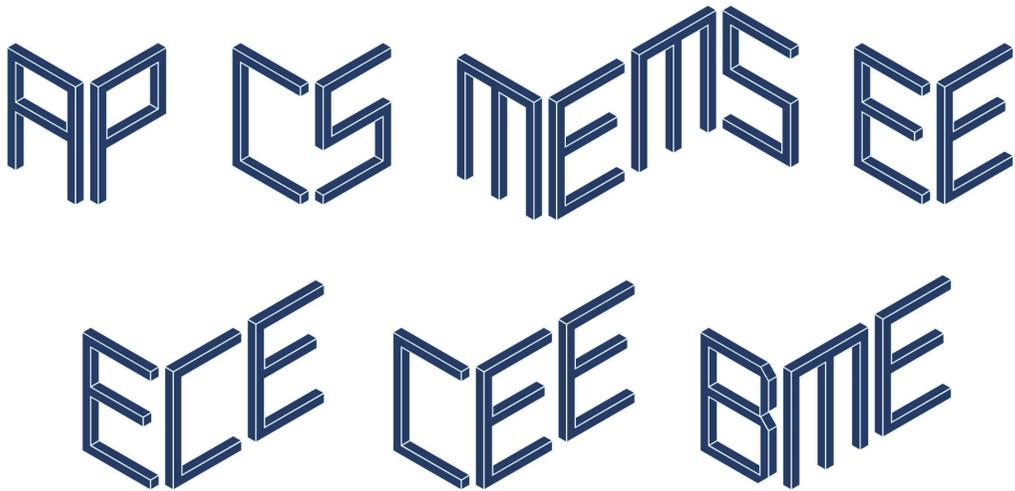
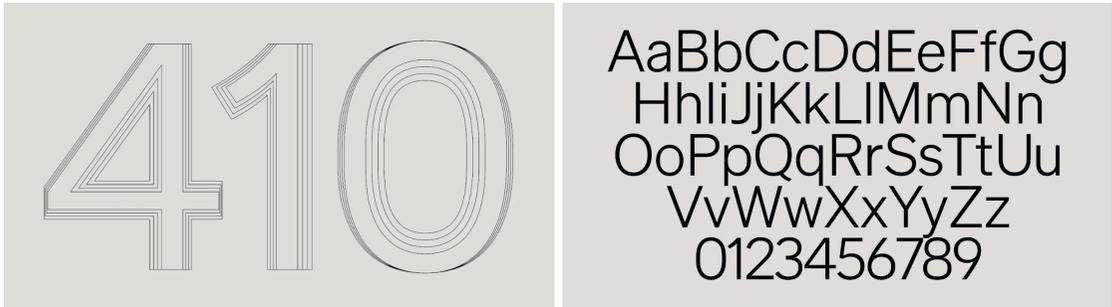
최근 펜타그램이 생성형 AI를 활용한 미국 정부 기관 브랜딩 프로젝트를 공개했을 때, 업계의 반응은 뜨거웠지만 엇갈렸다. 특히 일러스트레이터들을 중심으로 비판적인 목소리가 나왔다. AI가 기존 아티스트들의 작업을 동의 없이 학습 데이터로 사용한다는 윤리적 문제 때문이었다. 펜타그램은 AI 학습의 기반이 되는 이미지를 직접 손으로 만들어 제공했지만, AI가 결과물을 생성하는 중간 과정의 불투명성 때문에 논란은 계속되었다. 이 사건은 디자인 업계가 생성형 AI를 어떻게 받아들이고 있는지 보여주는 상징적인 사례다.

정준기 디자이너는 펜타그램 내부에서도 파트너마다 AI 활용에 대한 의견이 조금씩 다르다고 전했다. 그의 팀은 AI 사용에 거부감이 없으며, 프로젝트 목적에 부합한다면 최종 결과물에도 반영한다.

## AI는 ‘도구’일 뿐, 디자이너의 즐거움을 앗아갈 순 없다

펜타그램 내부 동료 디자이너들은 생성형 AI를 적극적으로 사용하는 분위기는 아니라고 한다. AI 작업물로는 개인의 역량을 증명하기 어렵고, 무엇보다 창작 과정의 즐거움을 앗아가기 때문이다. 프롬프트를 입력해 5초 만에 결과물을 얻는 과정은 디자이너가 손으로 직접 무언가를 만들며 쏟아내는 수많은 생각과 고민의 과정을 생략시킨다.

또한, 현재 AI 기술은 명확한 한계를 가진다. 특히 정교함과 미학적 감각이 필수적인 타이포그래피 작업은 AI가 거의 불가능한 영역이라고 그는 단언했다. 사람이 만든 타이포그래피에는 미묘한 불완전함 속의 아름다움이 있지만, AI가 만든 결과물은 차갑고 현실감이 떨어져 ‘생성형 AI’의 티를 벗지 못한다는 것이다. 결국 AI가 개입할 수 없는 지점에서 디자이너의 고유한 가치를 찾아야 한다.



## 핵심 역량의 재정의: 기본기와 전략적 사고

“이런 기술이 도입될수록 기본기를 더 찾게 되죠.” 정준기 디자이너는 AI 시대에 오히려 디자이너의 기본기가 더욱 중요해졌다고 말한다. 생성형 AI로 만든 포트폴리오로는 지원자의 진짜 실력을 가늠하기 어렵기 때문이다. 또한, 기술 발전으로 구현(Execution) 단계의 비중이 줄어들면서, 차별화된 컨셉을 제시하고 논리적으로 설명할 수 있는 기획(전략) 역량이 디자이너의 핵심 능력으로 부상하고 있다. 한국에서 말하는 ‘기획’은 미국에서의 ‘컨셉’과 유사한데, 이 컨셉의 중요성은 어도비 툴이 발전하며 작업의 퀄리티가 상향 평준화될 때부터 이미 강조되어 왔다.

물론 그래픽 디자인 분야는 여전히 시각적 완성도를 중요시하지만, 컨셉과 형태는 분리될 수 없기에 기획력 있는 디자이너에 대한 수요는 계속 늘어날 전망이다. 생성형 AI는 리서치나 인터뷰 요약 등 업무 효율을 높이는 데 유용하게 쓸 수 있지만, 최종적인 통찰(Insight)을 끌어내는 것은 여전히 사람의 몫이다.

### 리비안 서체디자인 프로젝트

펜타그램은 리비안의 차량 UI를 위해 브랜드의 정신을 반영하는 새로운 맞춤형 서체를 제작하였다.

### 예일 공과대학 브랜딩 프로젝트

펜타그램은 예일 공과대학의 독창적인 혁신과 학문 분야 간 협업 문화를 강조하는 새로운 브랜드 아이덴티티 프레임워크를 개발하였다.

---

## 미래를 향한 전망: 공존과 진화

정준기 디자이너는 생성형 AI가 앞으로도 디자인 산업에 지속적인 영향을 미칠 것으로 전망했다. 특히 일러스트레이션 분야의 변화는 이미 시작되었고, 이는 디자이너에게 직접적인 위협이 되기보다 클라이언트가 자체적으로 AI를 활용하며 디자이너에게 의뢰조차 하지 않는 형태로 나타날 수 있다.

실제로 펜타그램의 프로젝트에서는 컨셉 단계에서 생성형 AI로 제작한 시안을 클라이언트가 인간 일러스트레이터의 작업물보다 더 선호하는 사례가 발생했다. 예산과 효율성 측면에서 AI가 현실적인 대안으로 제시되었고, 여러 차례 수정 과정을 거쳤음에도 최종 선택은 AI였다. 이 사례는 디자이너가 윤리적 고민, 클라이언트의 요구, 그리고 빠르게 진화하는 기술 환경 사이에서 고군분투하고 있는 과도기적 현실을 단적으로 보여준다.

결국 생성형 AI는 피할 수 없는 흐름이다. 중요한 것은 이 도구를 어떻게 활용하고, 그 안에서 인간 디자이너로서의 고유한 가치를 어떻게 증명해 나갈 것인가에 대한 깊은 성찰이다. 그의 이야기처럼, 기술이 인간의 영역을 넘보는 시대일수록, 디자이너의 사고력과 판단, 그리고 축적된 기본기는 더욱 중요한 경쟁력이 될 것이다.

# 락스타 게임즈 (Rockstar Games) Peter Hyun 엔지니어

# 2—2

“게임업계, AI 직격탄...  
전문성 갖춘 ‘플러스알파’ 인재가 살아남는다”

전 세계적인 신드롬을 일으킨 ‘GTA(Grand Theft Auto)’ 시리즈의 개발사, 락스타 게임즈(Rockstar Games). 뉴욕 본사에서 시뮬레이션 엔지니어로 근무하는 Peter Hyun님을 만나 게임 산업의 생성형 AI 활용 현황과 그로 인한 고용 시장의 변화에 대해 물었다. 그는 팬데믹 이후 AI 기술의 급부상과 함께 IT 및 게임 업계의 채용 시장이 급격하게 얼어붙었다고 전하며, 이는 명백한 현실이라고 강조했다.

Peter Hyun

경력

2024~현재 락스타게임즈 엔지니어  
2020 NC소프트 인턴  
2017 DYROS 인턴

교육

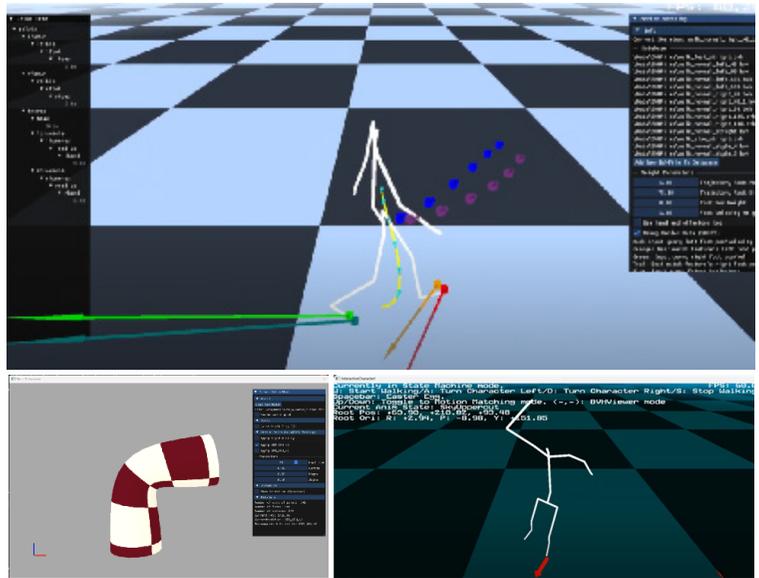
2022~2024 SMU Guildhall  
2016~2020 서울대 컴퓨터공학부

개인포트폴리오

<https://peterhyun1989.wordpress.com>



## Peter Hyun씨의 개인작업물 (Motion Matching Playground 등)



## 채용 시장의 한파, AI가 불러온 구조적 변화

“일자리가 엄청 없어요. 지금도요.” 그의 말은 현재 북미 게임 산업의 고용 상황을 단적으로 보여준다. 팬데믹 이후 경기 침체와 맞물려 IT 업계 전반에 대규모 해고(Layoff)가 이어졌고, 생성형 AI의 등장은 이러한 흐름을 가속화했다. 특히 게임 산업은 다른 테크 산업에 비해 시장 규모(파이)가 상대적으로 작는데, 규모가 작은 게임 회사들은 AI를 활용하여 프로그래머의 코드 작성을 돕고 아티스트의 초기 시안 작업을 대체하면서, 신입 및 주니어급 인력에 대한 수요가 급격히 줄어들음을 느꼈다.

현재 락스타 게임즈에서 실시간 캐릭터의 머리카락과 의상 등 2차 애니메이션 시스템을 개발하고 있는 Peter Hyun 엔지니어는, 취업 전 100곳이 넘는 회사에 지원해야 할 정도로 당시 취업 시장의 한파를 직접 체험했다고 말했다. 이제 많은 기업들은 AI로 충분히 대체 가능한 수준의 신입을 훈련시키기보다, 즉시 전력 감으로 투입할 수 있는 경력직을 선호하는 경향이 느껴졌다고 말했다. 이러한 현상은 비단 대기업뿐만 아니라, 인력 고용에 대한 부담이 큰 소규모 인디 게임사에서 더욱 두드러진다. 자금 여유가 없는 작은 회사일수록 AI를 적극적으로 활용해 비용을 절감하려 하기 때문이다. 이는 한국 게임업계에서 나타나는 양극화 현상과도 맞닿아 있다. 거대 자본을 투입하는 대기업과 AI를 활용해 빠르게 게임을 생산하는 소규모 개발사 사이에서 어중간한 중견 기업들이 설 자리를 잃어가고 있는 것이다.

---

## 락스타 게임즈의 신중론, ‘법적 리스크’와 ‘품질’

Peter Hyun 엔지니어는 락스타 게임즈 내부에서 생성형 AI를 활용하는 것을 직접 본 적은 없다고 밝혔다. 다른 팀의 상황까지 단정할 수는 없지만, 적어도 본인이 속한 업무 환경에서는 AI 사용을 적극적으로 장려하는 분위기를 느끼지는 못했다고 말했다. GTA 시리즈와 같은 대형 AAA 프로젝트는 일반적으로 개발 기간이 길기 때문에, 생성형 AI 붐 이전부터 상당 부분이 진행되었을 가능성이 크다. 하지만 더 근본적인 이유는 법적 문제와 품질에 대한 우려 때문이라고 추측했다.

생성형 AI는 기존에 존재하는 수많은 데이터를 학습하여 결과물을 만들어낸다. 이 과정에서 저작권이 있는 코드나 아트 스타일을 무단으로 학습했을 가능성을 배제할 수 없다. AI가 생성한 결과물의 소유권이 누구에게 있는지 명확하지 않은 ‘회색 영역’이 존재하는 한, 락스타 게임즈와 같은 대기업은 법적 분쟁에 휘말릴 위험을 감수하려 하지 않을 것이다. ‘처음부터 문제를 만들지 말자’는 신중한 접근 방식이다. 또한, 아직은 검증된 기술(예: 모션 캡처)을 기반으로 품질 확보에 집중하는 사례가 많았던 것 같다고 말했다.

## 미래 게임 인재의 조건: 코딩 플러스 알파(+α)

그렇다면 급변하는 게임 산업에서 살아남기 위해 미래의 인재는 어떤 역량을 갖춰야 할까? Peter Hyun 엔지니어는 ‘코딩 플러스 알파’, 즉 특정 분야에 대한 깊이 있는 전문 지식을 갖춘 프로그래머의 중요성을 강조했다. 예를 들어, 단순히 웹사이트를 만드는 코더가 아니라 물리 엔진이나 GPU 작동 방식에 대한 깊은 이해를 바탕으로 최적화된 코드를 작성할 수 있는 엔지니어는 AI로 대체되기 어렵다. AI가 아무리 발전해도, 특정 분야의 전문 지식과 경험을 통합적으로 활용하는 능력은 여전히 인간의 고유한 영역이기 때문이다.

Peter Hyun씨가 SMU Guildhall 재학시절 참여한 Kneedle Knight의 스팀 출시 모습 사진의 개발자 인터뷰 영상 중 우측(노란색 삼각형)이 Peter Hyun씨



본 인터뷰의 모든 발언, 견해, 의견, 분석 및 추측은 Peter Hyun 개인의 것으로, Rockstar Games의 공식 입장, 개발 방향, 내부 정책, 기밀 정보 또는 미래 계획을 대표하지 않으며, 회사와 무관합니다.

본 인터뷰에서 언급된 정보는 어디까지나 개인적 경험 및 일반적으로 공개된 산업 동향을 바탕으로 한 개인적 의견이며, 특정 회사의 내부 사정 또는 비공개 정보를 암시하려는 의도가 없습니다. Rockstar Games 및 그 관계사에 대한 추측성 해석으로 사용되지 않기를 바랍니다.

이러한 변화는 채용 과정에도 영향을 미치고 있다. 과거에는 주어진 문제를 제한 시간 안에 푸는 코딩 테스트가 일반적이었지만, 이제는 AI가 완벽한 답을 내놓기 때문에 실력 검증이 어려워졌다. 그래서 최근 오픈AI 같은 기업에서는 AI가 만든 코드에서 오류를 찾아내거나, 특정 상황을 분석하고 판단하는 능력을 평가하는 방식으로 인터뷰를 진행한다고 한다. 이는 결국 개발자의 기본기와 비판적 사고 능력이 그 어느 때보다 중요해졌음을 의미한다.

게임 산업은 지금 거대한 전환기를 맞이하고 있다. 생성형 AI는 단순한 기술을 넘어 산업의 구조와 인력 시장의 판도를 바꾸고 있다. 이러한 변화의 소용돌이 속에서 살아남기 위해서는 기술을 능숙하게 다루는 능력을 넘어, 자신만의 전문 분야를 구축하고 깊이 있는 통찰력을 제시할 수 있는 ‘플러스 알파’ 인재가 되어야 할 것이다.

# 라이선싱 인터내셔널 (Licensing International) Maura Regan 회장

“IP산업의 핵심 과제:

차세대 인재 양성, 위조품 방지, 그리고 AI”

라이선싱 인터내셔널(Licensing International)은 전 세계 브랜드 라이선싱 산업을 지원하는 비영리 무역 협회다. K-팝, 게임, 애니메이션 등 강력한 IP(지적 재산)를 기반으로 성장하는 한국 콘텐츠 산업에 시사하는 바가 큰 이곳에서 Maura Regan 회장을 만나 IP 산업의 현재와 미래, 그리고 생성형 AI가 던지는 과제에 대해 이야기를 나눴다.

Maura Regan

경력

2018~현재

Licensing International 회장

Sesame Workshop

글로벌 소비재 부문 전임책임자

MTV Networks 임원

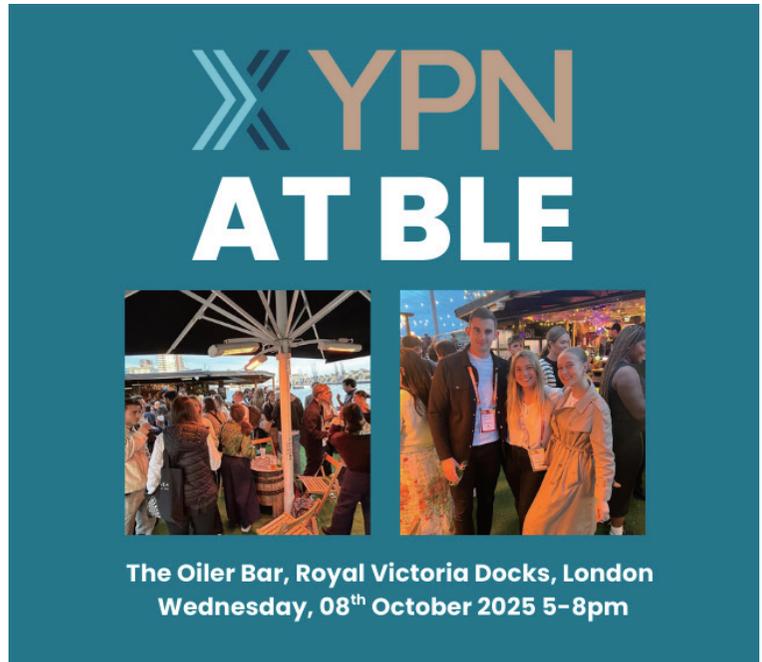
Scholastic Entertainment 임원

The Jim Henson Company 임원

Licensing International 홈페이지

<https://licensinginternational.org>

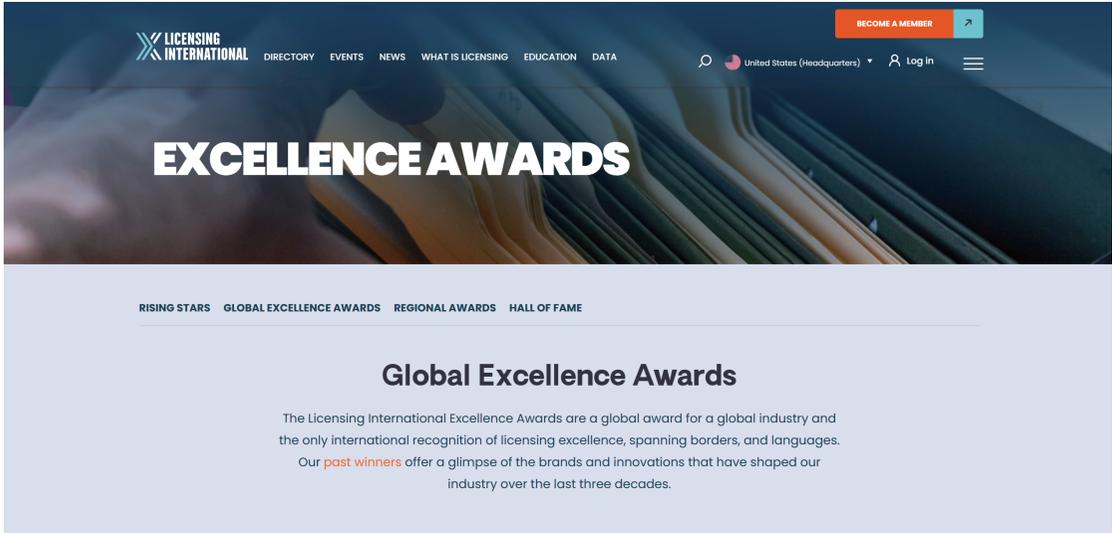




## IP산업의 모든 것: 교육, 네트워킹, 그리고 권리 보호

Maura Regan 회장은 라이선싱 인터내셔널의 가장 중요한 목표 중 하나로 '차세대 전문가 양성'을 꼽았다. '라이선싱 전문가'라는 직업이 아직 생소하기에, 전 세계 대학생들에게 장학금을 지원하고 교육 프로그램을 운영하며 최고의 인재를 유치하고 유지하기 위해 노력하고 있다. 또한, 35세 미만의 젊은 전문가들을 위한 'YPN(Young Professionals Network)'을 통해 전 세계적인 네트워크를 구축하고 리더십을 함양할 기회를 제공한다.

협회는 또한 관세, 지속가능성, 그리고 AI와 같은 산업의 주요 현안에 대해 교육 시리즈, 웨비나, 백서 등을 제공하며 회원사들이 변화에 대응할 수 있도록 돕는다. 특히 Maura Regan 회장은 '위조품 방지(Anti-Counterfeiting)'의 중요성을 역설했다. 위조품 판매는 브랜드 소유자의 수익을 빼앗는 것을 넘어, 인신매매나 마약 밀매와 같은 심각한 범죄의 자금원으로 사용될 수 있기 때문이다. 이를 위해 협회는 아마존, 알리바바와 같은 플랫폼 및 FBI, 인터폴과 같은 기관과 협력하며 IP 보호에 힘쓰고 있다.



## 생성형 AI와 IP: 아직 답을 찾지 못한 질문들

생성형 AI와 관련된 IP 이슈에 대해 Maura Regan 회장은 “아직 성공적으로 IP로 등록된 사례를 보지 못했다”고 잘라 말했다. 현재 AI는 최종 결과물 그 자체가 되기보다는, 창작 과정을 돕는 ‘도구(Tool)’로 사용되는 단계에 머물러 있다는 것이다.

가장 큰 쟁점은 ‘누가 소유권을 가지며, 누가 보상을 받아야 하는가’이다. 이 문제는 쉽게 해결될 기미가 보이지 않으며, 앞으로 더욱 복잡해질 것이다. Maura Regan 회장은 미국보다 유럽과 중국이 AI 규제에 있어 더 앞서 나가고 있으며, 이들로부터 많은 것을 배울 수 있다고 언급했다. 현재 여러 기관에서 가이드라인을 개발하고 있지만, 아직은 매우 느슨한 수준에 머물러 있다. 한국에서 AI 생성물을 30% 정도 수정하면 IP로 인정해주는 논의가 있는 것처럼, 구체적이고 포괄적인 가이드라인의 필요성이 대두되고 있다. 하지만 완벽한 해답은 아직 없는 상태이며, 라이선싱 인터내셔널 역시 다른 기관들과 협력하며 가이드라인 개발 과정에 참여하고 있다.

결국 가장 큰 도전은 “우리가 무엇을 모르는지 모른다(We don’t know what we don’t know)”는 점이다. AI는 이미 우리 삶 깊숙이 들어와 있으며, 사라지지 않을 현실이다. 따라서 AI를 효과적으로, 그리고 책임감 있게 사용하는 방법에 대해 끊임없이 배우고 교육하는 것이 무엇보다 중요하다.

### 엑셀런스 어워드(Excellence Awards)

국경과 언어를 초월하여 라이선싱 분야의 우수성을 인정하는 국제적인 상 (Dr. Martens X “Wednesday”, LUSH X “Wicked”, H&M X LEGO 등 유명 IP 다수 참여)

---

## 한국 IP 산업에 대한 시선과 제언

Maura Regan 회장은 한국의 IP 산업, 특히 아동 애니메이션 분야의 디자인과 디테일이 매우 아름답고 뛰어나다고 평가했다. K-팝을 비롯한 한국의 풍부한 IP는 라이선싱 산업의 중요한 자산이다.

그녀는 IP의 가치가 단순히 돈에만 있는 것이 아니라고 강조했다. IP는 브랜드가 소비자와 연결되고 팬들과 소통하는 방식 그 자체다. 콘서트에 가서 굿즈를 사고, 영화를 보고, 책을 읽는 이 모든 경험이 IP를 통해 이루어진다. 좋은 디자인은 소비자의 마음을 사로잡는 핵심 요소이며, 그런 의미에서 뛰어난 디자인 역량을 갖춘 한국은 큰 잠재력을 가지고 있다.

생성형 AI라는 새로운 기술 앞에서 IP 산업은 중대한 기로에 서 있다. 소유권과 보상, 창작의 정의 등 수많은 질문이 우리 앞에 놓여 있다. 라이선싱 인터내셔널의 활동은 이러한 불확실성 속에서 산업이 나아갈 방향을 모색하는 중요한 이정표가 될 것이다. 한국의 디자인 및 콘텐츠 산업 역시 이러한 흐름에 발맞춰 IP 보호 체계를 강화하고, 창의적인 인재를 양성하며, 새로운 기술을 현명하게 활용하는 방안을 모색해야 할 때이다.

## 메타 (Meta)

### 강준수 META Product Design Lead & SVA BFA Design 겸임교수

“미래의 디자이너는 문제 해결사,  
비즈니스적 사고를 기반으로 시작해야”

세계 최대 소셜 미디어 기업 메타(Meta)의 프로덕트 디자인 리드이자, 뉴욕의 명문 예술대학 SVA(School of Visual Arts)의 겸임교수로 활동하는 강준수 교수. 기술 혁신의 심장부와 미래 디자인 교육의 현장을 넘나드는 그에게 생성형 AI 시대에 디자이너가 갖춰야 할 핵심 역량과 변화하는 역할에 대해 물었다. 그는 미래의 디자이너는 단순히 심미적인 결과물을 만드는 사람이 아니라, 비즈니스 관점에서 문제를 정의하고 해결하는 ‘전략가’이자 ‘문제 해결사’가 되어야 한다고 역설했다.

#### 강준수

#### 경력

- 2022~현재 Meta  
Product Design Manager
- 2023~현재 School of Visual Arts  
Faculty
- 2022 Savannah College of  
Art and Design  
Guest Lecturer
- 2021~현재 Designlab  
Product Design Mentor
- 2021~2022 Accenture  
Experience Design Director

#### 교육

- 오하이오 주립대학교 학사
- 파슨스 디자인스쿨 석사

#### 수상

- 2022 The One Show Shortlist  
Creative Use of Data
- 2020 W3 Gold and Silver Awards

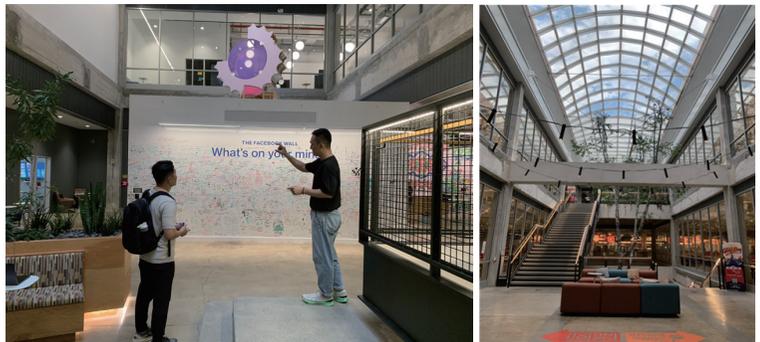




## 빅테크의 AI 활용: 효율화

강준수 교수는 메타가 디자인 프로세스에 생성형 AI 사용을 적극적으로 권장하고 있으며, 이를 성과 평가에도 반영할 것이라고 밝혔다. 구글의 전 CEO 에릭 슈미트가 “UI라는 개념이 사라질 것”이라고 예언한 것처럼, 미래에는 디자이너가 고정된 UI를 설계하는 대신, AI 에이전트가 사용자의 말이나 입력에 맞춰 즉시 UI를 생성하는 시대가 올 것이다. 강 교수는 이러한 변화가 3~5년 내에 가시화될 것으로 예측하며, 자신 또한 ‘5년 후의 디자이너의 역할’에 대해 끊임없이 고민한다고 털어놓았다.

페이스북 및 내부인터뷰 사진.





## 디자이너의 역할 재정의: 기획자, 컨설턴트, 그리고 파트너

강준수 교수가 메타에서 맡은 업무는 순수한 의미의 '디자인'보다는 확장된 범위이다. 그는 수익을 담당하는 팀 소속으로, 특히 여러 국가의 새로운 규제에 맞추어 다양한 분야의 파트너들과 함께 비즈니스 모델을 설계하는 일을 한다.

이러한 업무는 디자인 툴을 다루는 기술에 더해 전략적 사고(Strategic Thinking), 시스템적 사고(System Thinking), 프레임워크(Framework) 등을 활용해 문서를 작성하고 파트너와 협업하는 능력이 공동 목표 달성을 위해 아주 중요하다. 그는 이러한 역할을 한국의 직무에 빗대어 '프로덕트 오너(PO)' 또는 '프로덕트 매니저(PM)'에 가깝다고 설명했다. 그의 팀원들 또한 이러한 역량을 갖추어 수 있도록 지속적인 지원을 받으며, 훌륭한 디자이너의 기본 역량에 더해 이러한 전략적 역량을 갖춘 인재를 높이 평가한다.

결국 디자이너는 "이러한 아이디어가 있는데 만들어 줄래?"라는 요청에 수동적으로 반응하는 사람이 아니라, "왜 해야 하죠? 이걸 어때요?"라고 되물으며 주도적으로 문제를 해결하는 파트너가 되어야 한다. 논리적으로 설명할 수 없는 디자인은 비즈니스 관점에서 가치가 없으며, 이러한 역량이 부족한 디자이너는 중요한 의사결정 과정에서 배제될 수밖에 없다.

---

## 살아남기 위한 핵심 역량: 시스템적 사고와 실행력

AI가 대부분의 디자인 업무를 대체할 미래에 디자이너는 어떤 역량으로 차별화를 꾀해야 할까? 강준수 교수는 세 가지를 강조했다.

첫째, 시스템적 사고(System Thinking)다. 눈앞의 문제에만 매몰되지 않고, 모든 요소가 어떻게 연결되어 있는지 전체적인 관점에서 파악하는 능력이다. 디자이너는 본질적으로 사물의 구조를 뜯어보고 분석하는 데 능숙하므로 이 역량을 키우는 데 유리하다.

둘째, 강력한 실행력(Just do it)이다. 아이디어 단계에만 머무는 것이 아니라, 생각과 동시에 프로토타입을 만들고 빠르게 실행에 옮기는 능력은 디자이너의 가장 큰 무기 중 하나다.

셋째, 틀을 깨는 기획력(Out-of-the-box Thinking)이다. 정해진 길을 따르기보다, 기존의 틀 밖에서 완전히 새로운 관점의 해결책을 제시하는 능력이다.

그는 교육 현장에서도 이러한 변화를 체감하고 있다. SVA 학생들은 과제 제출 시 AI를 활발히 사용하며, 이메일마저도 AI를 활용해 격식 있게 작성한다. 중요한 것은 AI를 썼느냐 안 썼느냐가 아니라, AI를 활용해 얼마나 뛰어난 결과물을 만들어내고, 그 결과물을 선택한 이유를 논리적으로 설명할 수 있느냐다. 결국 기술을 지배하는 것은 심미안(Aesthetic Sense)과 비판적 사고력이다.

강준수 교수는 “아티스트는 질문을 던지는 사람이고, 디자이너는 문제를 해결하는 사람”이라는 정의를 통해 미래 디자이너의 정체성을 명확히 했다. 생성형 AI 시대는 디자이너에게 위기가자 기회다. 기술의 노예가 될 것인가, 기술을 지배하는 전략가가 될 것인가. 그 선택은 우리 손에 달려 있다.

# 슈퍼매스 스튜디오 (Supermass Studio) 차태욱 소장

“공간의 진정한 가치는  
‘공공성’과 ‘사람의 경험’에 있다”

뉴욕을 기반으로 활동하며 공공 공간 디자인을 통해 사회에 긍정적인 영향을 미치고 있는 슈퍼매스 스튜디오(Supermass Studio)의 차태욱 소장. 미국 조경가 협회(ASLA) 펠로우로 선정될 만큼 그 실력을 인정받은 그를 만나, 좋은 공간 디자인의 본질과 철학에 대해 들었다.

그는 화려한 기술이나 트렌디한 형태보다, 공간을 통해 사회적 약자를 배려하고 모든 사람이 즐거운 경험을 누리게 하는 ‘공공성’의 가치를 무엇보다 중요하게 여긴다고 밝혔다.



# 2—5

## 차태욱

### 경력

- 2011~현재 Supermass Studio  
Principal / Founder
- 2011~2017 Spitzer School of Architecture  
Studio Critic & Consultant
- 2007~2011 AECOM Design+Planning  
Associate Principal /  
Director of Design
- 2003~2007 Field Operations  
Senior Associate
- 1998~2003 Hargreaves Associates  
Senior Staff

### 교육

- 1995~1998 하버드 대학교 디자인 대학원
- 1991~1993 서울대학교 환경대학원
- 1987~1991 고려대학교 학사



뉴욕의 멀베리 커먼스 공원의 전경 및 유방암 방지 캠페인 사진.

## 디자인의 중심, 사회적 약자와 공공의 혜택

차태욱 소장은 미국, 특히 조경 및 환경 디자인 분야에서는 프로젝트의 공공성을 매우 중요하게 평가한다고 말했다. 아무리 디자인이 뛰어나도 상업 공간보다는 저소득층 지역에 만들어지는 공원처럼, 사회적 약자와 소수자에게 실질적인 혜택을 주는 프로젝트가 더 높은 가치를 인정받는다라는 것이다. 이는 “공간은 그릇이고, 그 안에 담기는 사람들의 경험이 음식”이라는 그의 디자인 철학과 맞닿아 있다. 좋은 디자인은 단순히 보기 좋은 것을 넘어, 이용하는 사람들에게 즐거움과 위로를 주는 ‘맛있는’ 경험을 제공해야 한다는 의미다.

그의 대표작인 뉴어크(Newark)의 ‘멀베리 커먼스 공원(Mulberry Commons Park)’은 이러한 철학이 집약된 프로젝트다. 과거 빈곤과 범죄의 도시로 알려졌던 뉴어크의 버려진 공간을 공원으로 탈바꿈시킨 이 프로젝트는, 도시 재생의 성공적인 기폭제가 되었다. 공원이 생기자, 사람들은 편견 속에 갇혀 있던 모습에서 벗어나 유방암 방지 캠페인에 참여하고, 다양한 문화 행사를 즐기며 새로운 공동체를 형성했다. 이는 좋은 공공 공간이 사람들의 삶과 도시 전체에 얼마나 긍정적인 변화를 가져올 수 있는지를 보여주는 강력한 증거다.



## 장소성과 포용성: 공간에 이야기를 담다

슈퍼매스 스튜디오의 작업들은 공간이 가진 고유한 이야기, 즉 '장소성(Sense of Place)'을 존중하고 그것을 디자인으로 풀어내는 데 중점을 둔다. 뉴욕크 럽거스 대학 기숙사의 중앙정원은 다양한 인종적, 문화적 배경을 가진 학생들이 모이는 장소의 특성을 살려 'Honors Living-Learning Community'라는 문구를 캠퍼스에서 가장 많이 사용되는 언어들로 번역해 벽에 새겨 넣었다. 이를 통해 학생들은 자신의 뿌리와 연결고리를 느끼며 공간에 대한 소속감을 갖게 된다.

뉴욕 공항과 라과디아 공항 프로젝트 역시 마찬가지다. 공항이라는 기능적 공간에 뉴저지와 뉴욕이라는 지역의 정체성을 담아냈다. 뉴저지의 다섯 개 생태 지역을 디자인 모티브로 삼거나, 뉴욕 센트럴 파크의 암반을 형상화한 벤치를 설치함으로써, 이용객들은 공항에 머무는 동안 그 도시의 고유한 풍경과 문화를 경험할 수 있다. 이러한 접근은 모든 사람이 차별 없이 공간을 누릴 수 있어야 한다는 '포용적 디자인(Inclusive Design)' 철학과도 연결된다.

Supermass Studio가 조경설계를 주도한 라과디아 공항 B터미널(LaGuardia Terminal B)은 공항의 품질평가 권위어 워드인 스카이트랙스(Skytrax)에서 5성급 등급을 달성함.

---

## 생성형 AI 시대, 흔들리지 않는 디자인의 본질

차태욱 소장은 생성형 AI를 디자인 프로세스에 적극적으로 활용하고 있지는 않다고 밝혔다. 스튜디오의 방향성 자체가 신기술보다는 커뮤니티와 사회적 이슈 해결에 초점을 맞추고 있기 때문이다. 그는 AI가 브레인스토밍 단계에서 유용할 수 있지만, 몇 가지 우려되는 지점도 있다고 말했다.

첫째, AI는 주니어 디자이너의 성장 기회를 박탈할 수 있다. 과거 신입 디자이너들이 담당했던 아이디어 발상 단계를 AI가 대체하면서, 그들이 실무 경험을 통해 성장할 수 있는 사다리가 사라질 위험이 있다. 큰 그림을 이해하는 시니어 디자이너가 되기 위해서는 작은 부분이라도 직접 만들어보는 경험이 필수적인데, AI는 이 과정을 건너뛰게 만든다.

둘째, AI가 생성하는 이미지는 매우 완성도 높아 보이기 때문에, 오히려 발전의 가능성을 제한할 수 있다. 미완성의 스케치가 가진 무한한 가능성과 달리, 완성된 형태의 이미지는 디자이너의 사고를 특정 방향으로 가둘 수 있다는 것이다.

그럼에도 그는 AI를 무조건 반대하기보다, 이 기술의 좋은 점을 활용해 다음 세대를 위한 발전 방안을 모색해야 한다고 강조했다. 캐드(CAD)가 처음 등장했을 때처럼, AI 역시 결국 디자인의 방법론을 바꾸는 도구가 될 것이기 때문이다. 중요한 것은 기술에 매몰되지 않고, 디자인의 본질인 '사람을 향한 따뜻한 시선'을 잃지 않는 것이다. 차태욱 소장의 작업들은 기술이 아무리 발전해도 변치 않는 공간 디자인의 가치가 무엇인지 우리에게 깊은 울림을 준다.

## 뉴욕한국문화원 (Korean Cultural Center NY) 황태현 영화/콘텐츠 프로그램 디렉터

“K-콘텐츠, 이제는 ‘수요’에 답해야 할 때...  
지속가능성을 고민하다”

뉴욕의 심장부에서 한국 문화의 매력을 알리고 있는 뉴욕한국문화원. 이곳에서 영화 및 콘텐츠 프로그램을 총괄하는 황태현 디렉터를 만나, 현지에서 체감하는 K-콘텐츠의 폭발적인 인기와 그 이면에 존재하는 과제, 그리고 생성형 AI가 콘텐츠 제작 환경에 미치는 영향에 대해 들었다. 그는 “이제는 우리 문화를 팔아야 했던 입장에서, 현지가 먼저 우리 문화를 수요하는 단계가 되었다”고 말하며, 이러한 인기를 지속하기 위한 깊은 고민이 필요한 시점이라고 강조했다.

### 황태현

#### 경력

- 2019~현재 Korean Cultural Center  
New York  
Program Director of Film/  
Creative Content
- 2019~2023 Marketing & Creative  
Content Manager
- 2017~2019 Kradio Am1660  
Program Host

#### 교육

- 2012~2018 School of Visual Arts  
Fine arts Bachelor of Fine Arts - BFA



뉴욕 아시아 영화제

뉴욕아시아영화제(New York Asian Film Festival)는 아시아 영화와 문화를 알리기 위해 뉴욕에서 개최되는 영화제이다.



## 달라진 위상, '찾아오는' K-콘텐츠

황태현 디렉터가 처음 부임했던 2019년만 해도 K-콘텐츠의 인기는 BTS와 영화 '기생충' 등 특정 분야에 국한되어 있었다. 하지만 불과 몇 년 사이, K-콘텐츠는 하나의 거대한 트렌드가 되어 뉴욕 어디에서나 그 영향력을 체감할 수 있게 되었다. “한국 문화가 그렇게 인기가 있냐?”는 질문에 그는 “생각하시는 것보다 훨씬 더 높다”고 단언했다.

가장 큰 변화는 현지 기관들의 태도다. 과거에는 뉴욕한국문화원이 먼저 한국 문화를 알리기 위해 노력해야 했다면, 이제는 K-콘텐츠의 '흥행력'을 인지한 현지 기관들이 먼저 협업을 제안해 온다. 이러한 인기는 현지에서 활동하는 한국계 미국인 아티스트와 창작자들에게도 긍정적인 영향을 미쳐, 그들의 활동 무대를 넓히는 선순환 구조를 만들고 있다.



## 지속가능성에 대한 고민: ‘좋은 소스’가 계속 나올 수 있을까?

그러나 황태현 디렉터는 이러한 폭발적인 수요 이면에 존재하는 딜레마를 지적했다. 바로 “수요를 뒷받침할 만한 우수한 콘텐츠가 과연 계속해서 많이 나오고 있는가”에 대한 문제다. 특히 최근 한국 영화 시장이 침체에 접어들면서, 해외 수출할 만한 양질의 콘텐츠 소스가 고갈될 수 있다는 우려가 커지고 있다. 결국 강력한 내수 시장이 뒷받침되어야 다양한 콘텐츠가 제작되고, 이것이 글로벌 경쟁력으로 이어질 수 있는데, 현재 한국의 상황은 녹록지 않다는 것이다.

이러한 상황에서 뉴욕한국문화원은 상업 영화처럼 자본과 배급 시스템을 갖춘 콘텐츠보다는, 해외 진출이 어려운 독립 영화나 단편 영화를 소개하는 데 주력하고 있다. 뉴욕에서 상영회를 개최한 기록은 감독들의 커리어에 중요한 이력이 되며, 이는 향후 해외 배급이나 새로운 기회를 창출하는 데 실질적인 도움이 된다. 이는 잘나가는 분야를 더 밀어주기보다, 아직 주목받지 못한 잠재력 있는 분야를 발굴하고 지원하는 정부 기관의 역할을 충실히 수행하는 것이기도 하다.

---

## 콘텐츠 제작 현장의 AI: 게임 체인저의 등장

콘텐츠 제작 현장에서 생성형 AI의 등장은 그야말로 '게임 체인저'다. 황태현 디렉터는 주변 영상 및 디자인 분야의 지인들이 AI 도입으로 인해 일하기가 훨씬 편해졌다고 말한다고 전했다. 회의 중 콘티를 짜거나 간단한 초안을 만들 때, 프롬프트 입력만으로 즉각적인 시각화가 가능해져 업무 효율이 극적으로 향상되었다는 것이다.

특히 구글 딥마인드가 개발한 영상 제작 AI '베오(VEO)'는 오디오 생성까지 가능해지면서, 프롬프트만 잘 활용하면 큰 힘을 들이지 않고도 완성도 높은 영상을 만들어낼 수 있게 되었다. 아직은 AI가 만든 결과물에서 티가 나고, 장기적으로 동일한 퀄리티를 유지하는 데 한계가 있지만, 그 발전 속도가 너무나 빠르기 때문에 많은 창작자들이 미래에 대한 우려와 기대를 동시에 품고 있다.

황태현 디렉터는 AI가 어느 순간 인간의 역할을 뒤집을 수도 있다는 우려에 공감하면서도, 아직은 최종 결과물의 섬세한 리터치 등은 사람의 손을 거쳐야 하는 단계라고 진단했다. 결국 AI는 창작을 돕는 강력한 도구이며, 이 도구를 어떻게 활용하여 더 나은 콘텐츠를 만들어낼 것인가가 앞으로의 과제가 될 것이다.

K-콘텐츠는 지금 최고의 전성기를 누리고 있다. 하지만 이 인기를 당연하게 여겨서는 안 된다. 황태현 디렉터의 지적처럼, 끊임없이 양질의 콘텐츠를 생산해낼 수 있는 건강한 산업 생태계를 구축하고, 생성형 AI와 같은 새로운 기술 변화에 능동적으로 대응해야만 지금의 황금기를 5년, 10년 이상 이어갈 수 있을 것이다.

# 파슨스 디자인 스쿨 (Parsons School of Design) Andrew Shea & 윤소영 Associate Professor

“미래의 디자이너는 비판적 사상가...  
AI 시대, ‘왜(Why)’를 묻는 능력이 핵심이다”

세계적인 디자인 명문, 파슨스 디자인 스쿨(Parsons School of Design). 이곳에서 미래의 디자이너들을 양성하고 있는 통합디자인(Integrated Design) Andrew Shea 교수와 시각연구(Visual Studies) 윤소영 교수를 만나, 생성형 AI 시대에 디자인 교육이 나아가야 할 방향과 미래 인재에게 요구되는 핵심 역량에 대해 들었다. 두 교수는 입을 모아, 단순히 AI 툴을 잘 사용하는 기술자를 넘어, 기술의 윤리적, 사회적 영향을 이해하고 비판적으로 사유하며 “왜(Why) 이 일을 하는가”를 끊임없이 질문하는 능력이 그 어느 때보다 중요하다고 강조했다.

## Andrew Shea

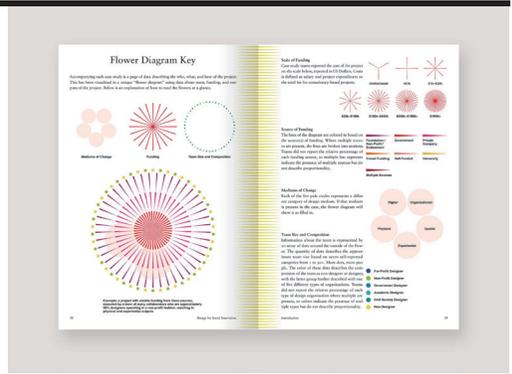
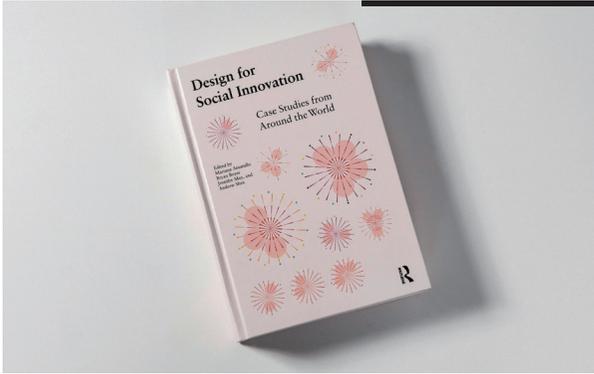
### 경력

2025~현재 Parsons School of Design  
The New School  
Associate Dean, School of  
Design Strategies  
2011~현재 The New School  
Associate Professor of  
Integrated Design  
2014~현재 Many Design  
Creative Director  
2013~2016 Pratt Institute  
Adjunct Professor  
2011~2013 New York Academy of Art  
Design Director

### 교육

2008~2010 Maryland Institute College  
of Art  
Graphic Design 2010  
1999~2002 University of Pittsburgh  
Politics and Philosophy,  
Creative Nonfiction  
Writing BA





Andrew Shea 교수가 집필한  
“Design for Social Innovation”

다양한 분야를 아우르는 글로벌 설문조사를 기반으로, 6개 대륙에서 수집된 45개의 풍부한 사례 연구를 담은 사회혁신디자인 서적.

## 기술 교육을 넘어 ‘관계 맺기’ 교육으로

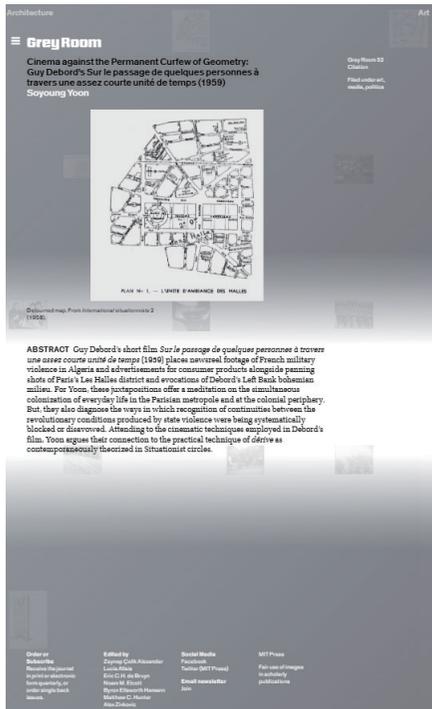
Andrew Shea 교수는 파슨스의 AI 관련 수업이 특정 툴(Midjourney, ChatGPT 등)의 사용법을 가르치는 데 초점을 맞추지 않는다고 설명했다. 대신, 학생들이 인공지능과 자신만의 관계를 정립(Frame Their Relationship)하도록 돕는 것을 목표로 한다. 이를 위해 AI의 역사, 윤리, 사회적 해악과 잠재적 이점 등 다각적인 관점을 제공한다. 기술에 대한 맹신론자와 비판론자 양쪽의 목소리를 모두 들려줌으로써, 학생들이 기술을 비판적으로 수용하고 사려 깊게 사용할 수 있는 능력을 키우도록 유도하는 것이다.

“우리는 단순히 LLM(거대 언어 모델)을 사용할 줄 아는 사람이 아니라, 비판적 사고를 하는 사람을 길러내고 싶습니다.” 그의 말처럼, 파슨스의 교육은 AI를 단순히 작업을 맡기는 대상이 아니라, 창의적인 과정에 ‘마찰’을 일으켜 사고를 더욱 깊게 만드는 도구로 활용하는 데 중점을 둔다. AI를 이용해 더 똑똑하고 사려 깊게 생각하는 방법을 배우는 것, 이것이 바로 파슨스가 추구하는 AI 시대의 디자인 교육이다.

# ‘인간다움’과 ‘쓸모 있음’의 재정의

윤소영 교수는 인문학적 관점에서 AI가 기존의 저자성(Authorship), 창의성(Creativity)과 같은 전통적인 개념에 도전하고 있으며, 이는 예술과 디자인의 근본적인 방법론을 재고하게 만드는 흥미로운 계기가 된다고 말했다. 특히 그녀는 장애 예술(Disability Arts) 분야와의 접점을 예로 들었다. 기술에 크게 의존해 온 이 분야는 ‘인간이란 무엇인가’, ‘능력이란 무엇인가’에 대한 근본적인 질문을 던져왔으며, 이러한 방법론적 접근이 AI 시대에 더욱 중요해지고 있다는 것이다.

또한, 파슨스는 비전공자 학생들의 유입이 매우 활발하다. 의사, 엔지니어, 변호사 등 다양한 배경을 가진 학생들이 디자인과 예술을 배우기 위해 모여든다. 이는 직업 시장의 불안정성을 반영하는 동시에, 기존의 직업 경계가 허물어지고 새로운 커리어 경로가 만들어지고 있음을 시사한다. 윤소영 교수는 “미래의 아티스트(디자이너)는 우리가 과거에 생각했던 모습과 전혀 다를 것이며, 그것이 더 나은 방향일 수 있다”고 말하며, 학생들이 자신의 기술을 ‘쓸모 있는(Useful)’ 것으로 만들도록 격려했다고 밝혔다.



윤소영

### 경력

- 2013~현재 The New School  
Assistant Professor of Art History & Visual Studies, Program Director of Visual Studies
- 2012~현재 Whitney Museum of American Art Independent Study Program  
Visiting Faculty
- 2007~2013 Purchase College, State University of New York  
Visiting Assistant Professor of Film and Cinema Studies
- 2007 Malmö Art Academy, Lund University  
Lecturer
- 2007 School of Media Arts, Royal Danish Art Academy of Fine Arts  
Lecturer

### 교육

- 2002~2010 Stanford University  
Art History Doctor of Philosophy
- 2006~2007 Whitney Museum of American Art Independent Study Program  
Critical Studies Fellow

윤소영 교수가 집필한 Grey Room 기사 "Cinema against the Permanent Curfew of Geometry". Grey Room은 MIT Press에서 분기별로 발행하는 건축, 예술, 미디어, 정치 분야의 학술 저널이다.

---

## 미래 디자이너의 핵심 역량: 유연성, 리더십, 그리고 인간 중심적 사고

미래의 디자이너에게 필요한 핵심 역량은 무엇일까? Andrew Shea 교수는 특정 기술에 능숙한 전문가를 넘어, 전체 프로세스를 이끌어갈 수 있는 '촉진자(Facilitator)'이자 '리더(Leader)'가 되어야 한다고 말했다. 이를 위해서는 다음과 같은 자질이 필요하다.

1. 유연한 사고와 적응력(Flexible Thinker): 끊임없이 변화하는 환경과 새로운 기술에 빠르게 적응하는 능력.
2. 성장 마인드셋과 위험 감수(Growth Mindset & Risk-taking): 실패를 두려워하지 않고, 불편하고 복잡한 문제에 가까이 뛰어들어 더 큰 시스템을 고려하며 해결책을 모색하는 태도.
3. 인간 중심적 사고와 공감 능력(Human-Centric & Relatable): 기술의 이면에 있는 '사람'을 잊지 않고, 복잡한 시스템 속에서 사람과 사람을 연결하는 소통과 공감 능력.

결국 AI 시대의 디자인은 더욱 '어수선해질(Messier)' 것이다. 정답이 없는 복잡한 문제들 속에서 길을 잃지 않기 위해서는, '어떻게(How)' 만들 것인가를 넘어 '왜(Why)' 만들어야 하는지를 묻는 비판적이고 성찰적인 자세가 필수적이다.

파슨스의 교육 철학은 우리에게 중요한 메시지를 던진다. 생성형 AI 시대의 진정한 인재는 기술을 가장 잘 다루는 사람이 아니라, 기술의 본질을 꿰뚫어 보고 인간을 위한 방향으로 이끌어갈 수 있는 지혜와 통찰력을 갖춘 사람이다. 기술이 인간을 닮아가는 시대, 우리는 역설적으로 더욱 인간다워져야 한다.

# 컬처허브 (CultureHub)

## Mattie Barber-Bockelman / 채상민 / DeAndra Anthony

프로듀싱 디렉터 / 예술·신희미디어 디렉터 / 테크니컬 디렉터

“AI는 마법이 아니다...”

예술은 기술을 소비하는 대신 ‘전복’한다”

뉴욕의 실험적인 미디어 아트 기관 컬처허브(CultureHub). 이곳의 프로듀싱 디렉터 Mattie Barber-Bockelman, 예술·신희미디어 디렉터 채상민, 테크니컬 디렉터 DeAndra Anthony를 만나 예술계가 생성형 AI를 어떻게 바라보고 활용하는지에 대한 독특한 관점을 들었다. 이들은 “AI는 예술 창작의 마법적인 해답이 아니다”라고 말하며, 예술가들은 기술을 단순히 소비하는 것이 아니라, 그 의도를 비틀고 전복하는 실험적인 방식으로 사용한다고 강조했다.

Mattie Barber-Bockelman

### 경력

- 2017~현재 CultureHub  
Producing Director
- 2016~2018 La MaMa Experimental  
Theatre Club  
Program Coordinator
- 2016~2017 NYU Langone Medical  
Center  
Standardized Patient
- 2016~2017 Columbia University  
Medical Center  
Standardized Patient
- 2016 Free Columbia Puppet  
Troupe  
Storyteller

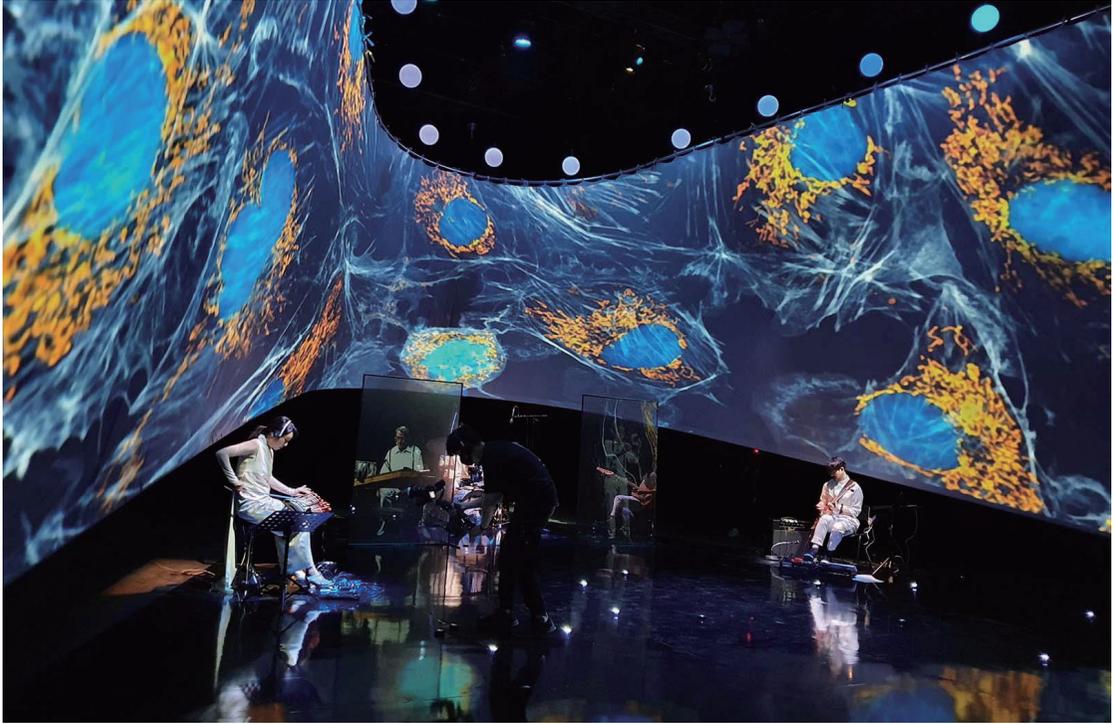
### 교육

- 2012~2016 Connecticut College  
Theatre/Theater, Government  
Bachelor's Degree
- 2008~2012 Somerville High School

CultureHub 홈페이지 내 프로필

<https://www.culturehub.org/mattie-barber-bockelman>





채상민

경력

2021~현재 CultureHub  
Creative Technologist

교육

2018~2020 Brooklyn College  
Performance and Interactive  
Media Arts Master of Fine  
Arts - MFA

2010~2017 서울예술대학교  
Radio and Television  
Broadcasting Technology/  
Technician Bachelor of  
Arts - BA

CultureHub 홈페이지 내 프로필

<https://www.culturehub.org/sangmin-chaee>

## 예술계의 비판적 시선: AI는 ‘가장 큰 이슈’가 아니다

놀랍게도, 컬처허브의 아티스트들에게 생성형 AI는 아직 보편적인 창작 도구도, 가장 뜨거운 이슈도 아니다. 많은 예술가들은 오히려 대기업이 주도하는 거대 AI 모델이 이야기하는 환경 문제에 대해 매우 비판적인 시각을 가지고 있다. 또한, 챗GPT와 같은 대화형 AI가 인간 사이의 소통 방식과 관계 맺기에 미치는 영향에 대해서도 우려를 표했다. 사람이 직접 고민하고 표현하는 과정 대신 AI에게 질문하고 답을 얻는 방식이 우리의 상호작용을 근본적으로 바꾸고 있다는 것이다.

더불어 AI가 생성하는 이미지나 영상이 점점 획일화(Similar)되는 경향이 있다는 점도 비판의 대상이다. AI의 본질은 결국 가장 보편적인 평균값을 찾아내는 것이기 때문에, 독창적이고 예측 불가능한 결과물을 내놓기 어렵다는 지적이다. 컬처허브의 디렉터들은 개인적으로도 생성형 AI를 거의 사용하지 않는다고 밝혔다. AI보다 자신이 더 나은 결과물(예: 이메일 작성)을 만들 수 있다는 자신감, 이미 스크린에 과도하게 노출된 삶에 또 다른 기술을 더하고 싶지 않다는 피로감, 그리고 자신의 고유한 상상력과 창의적인 아이디어를 AI에 뺏기고 싶지 않다는 생각이 그 이유였다.



## 예술가의 AI 활용법: 소비가 아닌 ‘창작’과 ‘전복’

그렇다면 예술가들은 AI를 어떻게 활용할까? 컬처허브와 협업하는 아티스트들은 기술의 ‘소비자’가 되기를 거부하고 ‘창작자’로서 AI를 의도되지 않은 방식(Unintended Way)으로 사용하려 시도한다.

이들은 AI를 ‘파괴(Break)’하고, ‘망가뜨리며(Mess Up)’, 의도적으로 ‘실패(Failure)’하게 만든다. 실험적인 예술 과정에서 ‘실패’는 종종 가장 중요한 순간이 되기 때문이다. 실패를 통해 올바른 길을 찾거나, 때로는 그 실패 자체가 인간성을 드러내는 예술적 결과물이 되기도 한다. 이는 완벽한 결과물을 지향하는 AI의 본질을 전복하는 행위다.

일부 아티스트들은 AI 아티스트의 선두에 서고자 적극적으로 기술을 수용하기도 하지만, 컬처허브와 만나는 대부분의 실험적인 예술가들은 이처럼 기술을 비트는 방식으로 자신만의 자율성(Autonomy)을 확보하고자 한다.



DeAndrea Anthony

**경력**

컬처허브 테크니컬 디렉터  
Hostos Arts Center 조명디자이너  
Connecticut Ballet 조명디자이너

**교육**

브루클린 뉴욕 시티 컬리지 공과대학  
조명 및 비디오 아트 학위

**CultureHub 홈페이지 내 프로필**

<https://ko.culturehub.org/deandrea-anthony>

## 도구로서의 AI: 최종 결과물이 아닌 ‘작업 과정 (Workflow)’ 개선

물론 예술계에서도 AI는 유용한 ‘도구(Tool)’로 인식된다. 특히 코딩과 같이 복잡한 기술적 장벽을 낮추는 데 매우 효과적이다. 채상민 디렉터는 챗GPT 덕분에 더 많은 코딩 작업을 할 수 있게 되었고, 이를 통해 작품의 기술적 가능성이 확장되었다고 말했다. 실제로 한 연극 프로젝트에서 배우의 대사를 실시간으로 투사하는 프로젝션을 구현할 때, AI를 활용해 코드 기반의 영상을 제작함으로써 수정과 변경이 매우 용이해졌고 연출가의 만족도를 높일 수 있었다.

이처럼 AI는 예술 작품의 최종 결과물(Front Layer)보다는, 보이지 않는 뒷단의 작업 과정(Back Layer), 즉 워크플로우(Workflow)를 개선하는 데 더 큰 가치를 지닌다. Mattie Barber-Bockelman 디렉터는 이를 ‘전기(Electricity)’에 비유했다. “공연을 위해 전기는 필수적이지만, 관객이 전기 쇼를 보러 오지는 않는다”는 것이다. AI 역시 창작을 위한 필수적인 기반 기술이 될 수는 있지만, 그 자체가 예술의 목적이 될 수는 없다는 의미다.

컬처허브의 이야기는 생성형 AI를 바라보는 또 다른 관점을 제시한다. 효율성과 완벽함을 추구하는 기술의 흐름 속에서, 예술은 의도적으로 불완전함과 실패를 탐구하며 기술의 본질을 묻는다. 예술가들의 이러한 전복적인 시도는 우리가 기술을 어떻게 비판적으로 수용하고 인간적인 가치를 지켜나가야 할지에 대한 중요한 영감을 준다. AI 시대, 예술의 역할은 기술을 모방하는 것이 아니라, 기술에 질문을 던지는 것이다.

비상업 목적으로 본 보고서에 있는  
내용을 인용 또는 전재할 경우 내용의 출처를  
명시하면 자유롭게 인용할 수 있으며,  
보고서 내용에 대한 문의는  
아래 문의처에 연락주시기 바랍니다.

**문의처**

디자인·문화콘텐츠산업  
인적자원개발위원회 사무국  
한국디자인진흥원

**Tel.** 055-379-3607, 055-379-3601

**Email.** yhkim@kidp.or.kr, uiop@kidp.or.kr

# 반기별 이슈리포트 통합본 (2건)

**기획·제작** 디자인·문화콘텐츠산업 인적자원개발위원회(ISC) 사무국  
지역디자인혁신실 ISC사무국 김상열 사무총장  
지역디자인혁신실 ISC사무국 김영훈 선임연구원  
지역디자인혁신실 ISC사무국 강민정 선임연구원

**발행인** 윤상흠  
**발행처** 한국디자인진흥원  
디자인·문화콘텐츠산업 인적자원개발위원회(ISC) 사무국  
(경남 양산시 물금읍 부산대학로 16 미래디자인융합센터 사무국)

**홈페이지** <http://www.kidp.or.kr>  
**전화** (055) 379-3607, (055) 379-3601  
**이메일** yhkim@kidp.or.kr, uiop@kidp.or.kr

## 상반기 이슈리포트

**원고** 김영훈, 윤수현, 장수경  
**디자인** 윤수현, 장수경

## 하반기 이슈리포트

**원고** 강문주, 이윤석, 염성진, 강민정  
**디자인** 장수경

© 한국디자인진흥원, 디자인·문화콘텐츠산업 인적자원개발위원회(ISC)

본 보고서의 내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 한국산업인력공단에서 주관하였고 한국디자인진흥원, 디자인·문화콘텐츠 인적자원개발위원회(ISC) 사무국에서 시행한 연구사업의 결과임을 밝혀야 합니다. 본 보고서의 저작권은 한국디자인진흥원, 디자인·문화콘텐츠 인적자원개발위원회(ISC) 사무국에 있습니다. 저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

