

일상 속 편의를 제공하는 AI 서비스 사례

글. 한영주 한국방송통신전파진흥원 연구위원 / 언론정보학 박사

#AI 서비스

#에이닷

#카나나

#비오

AI는 기술이라는 도구적 수단을 넘어서 국가 단위의 대규모 경제활동을 이끄는 주요한 역할을 하고 있다. 마치 과거 철강산업과 통신산업이 그랬듯이 AI가 국가의 미래 경제를 견인할 기간 산업으로 부상하기 시작하였다. 이는 ‘AI 활용’에서 ‘AI 기반’으로 가장 기본적인 인프라를 AI로 바꾸면서 그 존재감이 커졌기 때문이다. 오픈 AI에서 ChatGPT-3를 선보인 이래로 AI 산업은 생성형 모델의 개발과 고도화 부분에 주력하며 끊임없이 진화해 왔다. 덕분에 AI 산업은 단기간에 크게 활성화되었고, 반복적으로 품질을 개선해 나가며 기술적 숙련도와 성숙도를 높일 수 있었다. 결국 AI 산업은 수준 높은 품질력과 자동화, 맞춤화를 바탕으로 여러 가지 결과물을 생성하게 되었고, ‘프롬프트 엔지니어’라는 새로운 직업군을 탄생시키기도 하였다.

이제 AI 산업은 세계 시장에서 국가의 흥망성쇠(興亡盛衰)를 결정할 수 있는 이른바 ‘치트키(Cheat Key)’ 역할을 하고 있다. 다국적 기업 매켄지 앤드 컴퍼니(Mckinsey & Company)와 미국의 IT솔루션 기업 세일즈포스(Salesforce)가 실시한 인터뷰에서 AI는 CEO들이 가장 관심 있는 기술로 조사되었다. 그들은 AI 분야에서 인재 강화는 AI와 관련된 과제를 해결하고 새로운 기회를 발견할 수 있는 전략이 될 수 있다고 설명했다. 이러한 기조는 생성형 AI를 탑재한 서비스가 상용화되면서 AI 기술은 더 이상 ‘활용’이라는 기술적인 선택의 대상이 아니라 ‘인프라 기반’, ‘비즈니스 모델’, ‘서

비스 기능’으로써 반드시 기술적으로 구현해야 할 대상으로 변화한 것을 보여준다. AI 산업은 강한 인공지능(Strong AI)의 능력을 넘어, 초인공지능(Super AI) 수준에 이르며 일상적인 효용과 편의를 높여가는 데 주력하고 있다. AI 기술이 촉발한 변화의 소용돌이 안에서 밀도 있는 일상 속 편의를 위해 어떠한 서비스를 마련하고 있는지 살펴보고자 한다.

SKT AI 에이전트 서비스 ‘에이닷’

2022년 5월 SKT에서 공개한 AI 에이전트 서비스 ‘에이닷’은 한국어 기반 대화형 GPT이다. ‘에이닷’이 “나만의 AI 개인비서”, “나의 일상을 쉽고 편리하게”라는 캐치프레이즈(catchphrase)를 전면에 내세우고 있듯이, 이용자들의 질문과 요청에 따라 다양한 정보와 서비스를 제공하고 있다. 이 서비스는 초거대 언어모델(LLM)과 ChatGPT를 바탕으로 하이브리드 형태로 구현된다. 최근 ‘에이닷’은 업데이트를 통해 편의성을 강화하며 앱 설치 건수가 크게 증가하였다. 지난 9월 기준, ‘에이닷’ 앱을 설치한 사용자 수는 약 874만 명까지 증가했는데, 전월 대비 38.87%로 매체력이 크게 상승하였다. 또한 매체력 평가에서 카카오톡, 지메일(Gmail)에 이어 3순위를 기록하였다.

‘에이닷’이 업데이트한 내용과 기능을 보면, 먼저 다중 AI 모델의 결과물을 서로 비교해서 선택할 수 있는데,

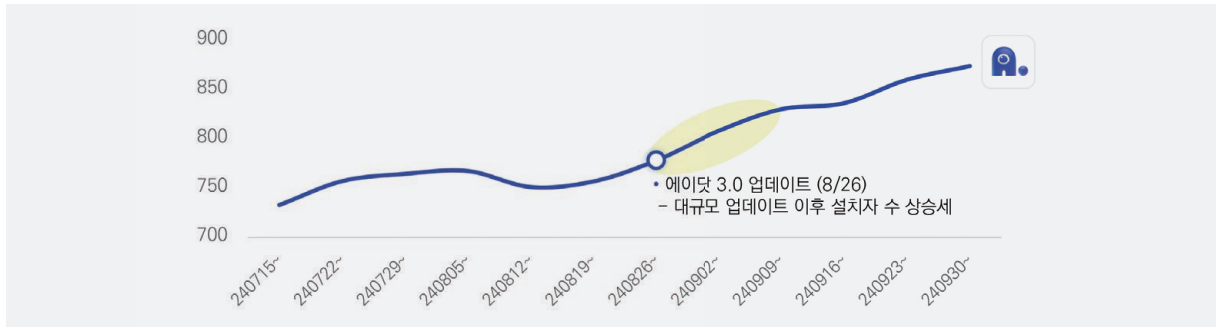


그림 1. SKT AI 에이전트 '에이닷' 설치자 수 추이(단위: 만 명, 안드로이드 OS 기준) / 출처 : 인크로스(2024. 10).

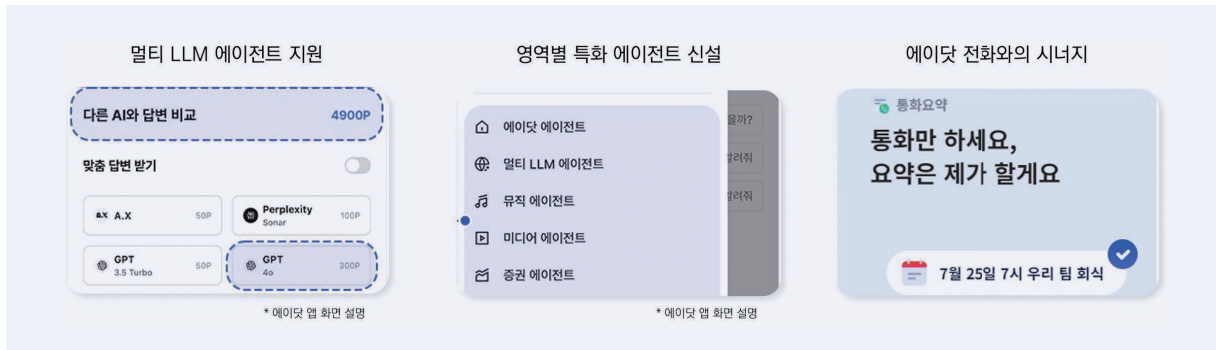


그림 2. SKT AI 에이전트 '에이닷'의 업데이트 내용과 기능 / 출처 : 인크로스(2024. 10).

ChatGPT를 비롯해 대화형 AI 모델 7종류를 사용해서 답변을 비교할 수 있다. 두 번째는 뮤직, 미디어, 증권 등 영역별로 특화된 AI 에이전트를 새롭게 구성해서 전문적인 서비스 경험을 제공하게 되었다. 예컨대, 뮤직 에이전트는 이용자들의 취향을 분석해서 맞춤형 플레이리스트를 제공해 준다. 세 번째, '에이닷' 전화는 기존 T전화에서 통화녹음, 통화 요약, 통화콜 등 기능을 추가해서 서로 연동시키고 전화 기능의 효율과 편의성을 극대화하였다.

카카오 AI 서비스 '카나나'

인스턴트 커뮤니케이션의 선두 주자인 카카오는 AI 네이티브 기업으로서 재도약을 선언하며 대화형 AI 서비스 '카나나(Kanana)'를 신규 서비스로 선보였다. 최근 카카오는 경영 효율화를 위해 계열사를 통폐합하여 사업과 서비스를 정리한 바 있다. 그중 '카나나'는 핵심 사업으로 분류하고 비즈니스 모델을 구체화해 왔다.

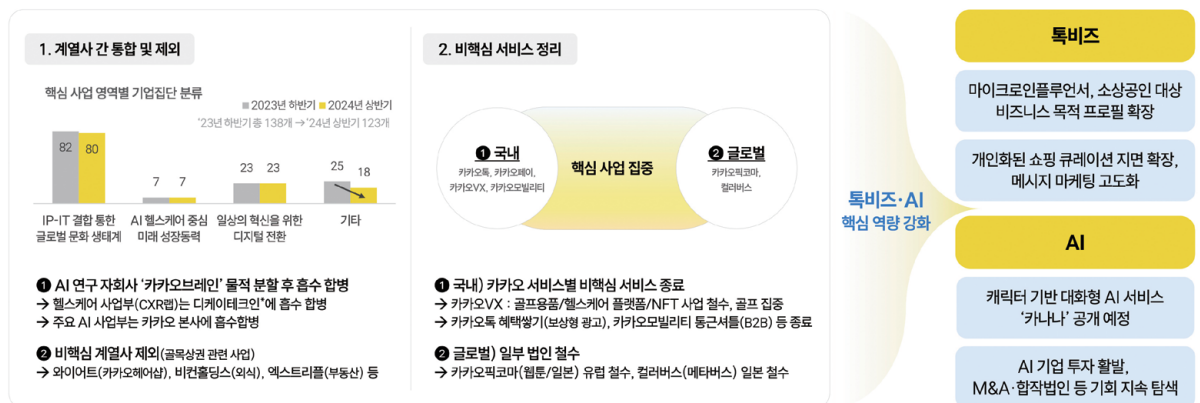
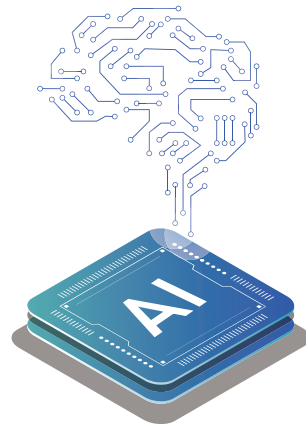


그림 3. 핵심 사업&서비스 중심 카카오 계열사의 통·폐합 / 출처 : 나스미디어(2024. 10).



그림 4. 카카오 AI 서비스 '카나나' 발표 / 출처 : 인크로스데이터랩(2024. 10. 23).



‘카나나’는 카카오(Kakao), ‘나에게 배워 나처럼 생각하고 행동한다’라는 의미에서 네이티브(Native), ‘배우지 않아도 자연스럽게 사용 가능한 기술’이라는 의미의 내추럴(Natural)이라는 세 가지 단어를 서로 조합해서 만든 서비스명인데, 이는 ‘가장 나은 AI’라는 의미를 담고 있다. 이 서비스는 카카오의 다양한 서비스와 AI를 서로 결합해서 이용자에게 초개인화 경험을 제공할 것으로 알려졌다. ‘카나나’는 1:1 대화뿐만 아니라 그룹방에서도 멤버 간의 대화 맥락을 이해하고 장기 기억과 맥락을 바탕으로 개인화된 답변을 제공한다는 강점을 지닌다. 이는 카카오의 강점인 커뮤니케이션에서 ‘카나나’라는 AI 서비스를 통해 맥락과 깊이를 더하며 다양한 관계와 대화 속에서 개인의 맥락과 감정까지 고려한 서비스를 제공하게 된 것이다. ‘카나나’ 서비스는 언어모델 용량에 따라 카나나 플래그, 카나나 에센스, 카나나 나노로 분류되며, 이중 에센스와 나노는 글로벌 수준의 성능을 갖추었다. ‘카나나’에서는 카카오톡 메시지 요약, 일정 알림, 맞춤형 광고, 카카오페이 금융 상품 개인화 추천 등의 기능이 제공될 예정이다.

유튜브 생성형 AI 서비스 ‘비오’

전 세계 최대 동영상 플랫폼, 유튜브(YouTube)에서 올해 안에 자사 숏폼 플랫폼 ‘쇼츠’에 생성형 AI 모델을 도입할 계획이라고 밝혔다. 유튜브는 쇼츠에 구글 딥마인드(DeepMind)에서 개발한 AI 모델 ‘비오(Veo)’를 도입해서 텍스트 투 비디오(text to video) 서비스, 쇼츠 배경 제작 도구 ‘드림 스크린(Dream Screen)’에 통합할 것으로 알려졌다. 2025년에는 최대 6초 분량의 전체 동영상을 제작할 수 있는 기능이 추가될 예정이다. 특히 AI가 생성한 배경은 동영상에서 시각적, 창의적 매력을 더하며 크리에이터의 창작 활동에서 예술적 감각과 편의를 동시에 제공한다는 장점이 있다. ‘비오’는 최대 6초 분량의 영상을 쉽게 제작할 수 있도록 기능적인 편의를 높이 고자 한다. ‘비오’는 오픈AI(OpenAI) 소라(Sora)와 경쟁할 것으로 전망하며 유튜브는 쇼츠에 ‘비오’를 탑재해서 틱톡, 인스타그램의 릴스와 경쟁에서 크리에이터가 생성형 AI 기능을 통해 창의적인 콘텐츠를 생성하여 차별화된 서비스를 구현할 것으로 기대한다.

‘비오’는 콘텐츠 사이 연결과 편집을 위한 클립 영상을 손쉽게 제작할 수 있을 것이라는 긍정적인 기대와 가짜·허위 정보의 생성과 유포에 관한 부정적인 우려도 동시에 제기된다. 긍정적인 측면에서 유튜브와 쇼츠는 서로 연동되었기 때문에 다양한 내용과 형식의 콘텐츠를 생산하여 상호보완적인 ‘채널 운영’, ‘서비스 전략’에서 환경적, 기능적으로 매우 유용하다. 반면 부정적인 측면에

AI SERVICE



그림 5. 유튜브 쇼츠에 구글 생성형 AI 모델인 '비오' 탑재 소식 / 출처 : PCmag(2024. 9. 18).

서 다수의 정보가 유튜브로 밀집된 상태에서 생성형 AI의 할루시네이션 현상은 생성형 AI 콘텐츠의 신뢰성, 투명성을 담보하기가 어려운 것도 사실이다. 특히 유튜브에서 뉴스 정보의 이용 비중이 늘어나는 추세인데, 실제로 한국언론진흥재단 '디지털 뉴스리포트(2023)'에 따르면 46개국을 대상으로 유튜브를 이용한 뉴스 정보 소비율을 조사한 결과, 평균 30% 수준으로 나타났고 한국의 경우 글로벌 평균치보다 23%가 높은 53%를 나타내 46개 중 1위로 상당히 높은 비중을 나타내고 있었다. 이처럼 현재 유튜브가 각종 정보는 물론이고 뉴스 정보의 매개체 역할로 크게 확장된 상태에서 생성형 AI로 만들어진 콘텐츠가 또 다른 가짜·허위 정보의 확산할지도 모른다는 비관적인 시각을 반영하고 있다.

마치며

AI는 이제 기술적 선택지를 넘어 국가 경제와 사회 기반을 형성하는 핵심축으로 자리 잡으며, 다양한 산업에 깊이 스며들고 있다. 기업과 정부는 AI를 단순히 활용하는데 그치지 않고, 이를 필수적인 비즈니스 모델과 서비스의 기반 기술로 적극적으로 도입하고 있다. 특히, 한국의 AI 서비스 '에이닷'과 '카나나', 글로벌 플랫폼 유튜브의 '비오'와 같은 사례들은 AI가 개인화된 경험을 통해 일상의 효율과 편의를 극대화하고 있음을 잘 보여준다. 생성형 AI의 발전은 전례 없는 속도로 이루어지고 있으며, 다양한 산업에서 실질적 성과를 창출하면서 AI의 존재감과 영향력은 점차 확대되고 있다. 이제 국가 경제 성장과 일상 편의 증진에 기여할 AI의 잠재력을 극대화하기 위해서는, 기술적 진보뿐만 아니라 정보의 신뢰성과 투명성에 대한 우려를 균형 있게 고려한 AI 산업의 발전을 고민해 볼 시기이다. 

참고문헌

- 나스미디어(2024. 10). 2024 주요 미디어 결산 보고서
- 인크로스(2024. 10). 인크로스 매체력 평가 리포트.
- 인크로스테이터랩(2024. 10. 23). 카카오, AI 서비스 '카나나' 공개. 대화의 맥락을 고려하는 초개인화 AI 서비스. 오늘의 마인카세 마마트.
- 임유진(2024. 10. 22). 카카오, AI 메이트 '카나나' 드디어 공개...“카톡 대화 감정까지 읽고 답변”. 이투데이.
- 정철운(2023. 10. 4). '유튜브로 뉴스 본다' 세계 1위 대한민국. 미디어 오늘.
- PCmag(2024. 9. 18). Google's Veo Text-to-Video AI Generator Is Coming to YouTube Shorts.