

국내외 지역 방송사의 AI 활용과 과제

글. 한영주 성균관대학교 인터랙션사이언스연구소 선임연구원 / 언론정보학 박사

미디어 산업에서 AI 활용은 더 이상 선택이 아닌 필수로 자리 잡고 있다. 최근 몇 년 사이에 대형 방송사들은 사실상 AI 전환(AI Transformation)을 핵심 전략으로 채택하며, 뉴스 제작, 편성, 아카이브 관리, 번역·더빙, 시청자 데이터 분석 등 전 과정에서 AI를 적극적으로 도입하고 있다. 이러한 변화는 단순한 비용 절감을 넘어, 콘텐츠 경쟁력 강화와 새로운 수익 모델 창출을 위한 필수적인 혁신 과정으로 인식된다.

실제로 캐나다 스트리밍 기술 기업 하이비전(Haivision)이 발표한 <2025 방송 혁신 보고서(The 2025 Broadcast Transformation Report)>에 따르면, 전 세계 미디어 전문가 약 900명을 대상으로 한 조사에서 AI 활용이 빠

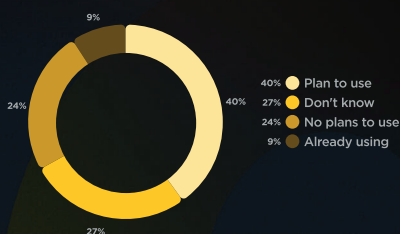
르게 증가하고 있는 것으로 확인되었다. 전체 방송사 가운데 약 25%가 이미 AI를 사용하고 있다고 응답했는데, 이는 2024년의 9% 수준과 비교해 2배 이상 증가한 수치다. 또한 응답자의 64%는 AI가 향후 5년 이내 업계에 가장 큰 영향을 미칠 것이라고 전망했다. 그러나 도입 시점과 관련해서는 의견이 갈렸다. 응답자 41%는 향후 24개월 이내 AI를 사용할 것이라고 응답한 반면, 48%는 즉각적 도입 계획이 없다고 답했다. AI가 방송사의 라이브 프로덕션 워크플로우에 제공하는 주요 이점으로는 자동화를 통한 효율성과 생산성 향상, 자동 번역 및 자막 제공, 콘텐츠 생성 등이 꼽혔다. 이러한 흐름은 국내에서도 유사하게 나타난다. 과학기술정보통신부가 2024년 11월에 발표한 조사 결과에

따르면, 국내 방송사의 AI 활용 비율은 약 27% 수준으로 보고되었다. 이는 하이비전의 방송 혁신 보고서에서 제시된 해외 방송사의 25%와 유사한 수치로, 글로벌 방송 산업 전반에서 AI 도입이 본격화하고 있음을 보여준다.

그러나 국내의 경우 특히 지역 방송사는 정부의 주도와 지원에 의존하여 제한적으로 AI를 도입하고 있으며, 대형 방송사와 비교할 때 그 활용 수준에서 상당한 격차를 보인다.

이에 본 원고에서는 국내외 지역 방송사의 AI 활용 현황을 검토하고, 현 단계에서 나타나는 한계점과 이를 극복하기 위한 과제를 살펴보고자 한다.

Do you plan to implement AI in your broadcast workflows?



What are the top 3 benefits of AI for live production workflows?

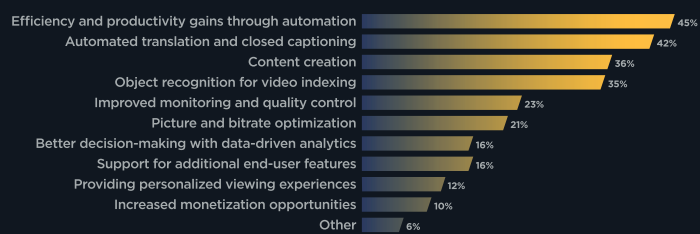


그림 1. AI 기술 채택 수준과 채택 분야 / 출처 : Haivision (2025. 2. 19)

해외 지역 방송사 AI 활용 현황

미국 지역 방송사와 AI

미국 전역의 주요 지역 방송사들은 다국어 번역 콘텐츠를 제공하며, 동시에 방송 운영 효율화를 위해 AI 기술을 적극적으로 도입하고 있다.

먼저 **싱클레어(Sinclair)**는 미국 내 193개 지역 지상파 방송국을 보유한 대형 미디어 그룹으로, Fox, NBC, CBS, ABC, MyNetworkTV, The CW, The CW Plus 등과 제휴된 방송국을 가장 많이 소유한 기업으로 알려져 있다. 싱클레어는 AI 기반 언어 번역 기술을 활용해 지역 뉴스를 실시간으로 스페인어 음성과 자막으로 제공하고 있다. 이러한 서비스는 영어를 사용하지 않는 시청자들에게 뉴스, 날씨, 지역사회와 관련된 필수 정보를 전달하기 위한 목적을 지닌다. 특히 AI 오디오 더빙 및 번역 플랫폼 기업인 딥툰(Deeptune)의 기술을 도입해 영어 방송을 실시간으로 스페인어로 전환하여 송출하며, 음성·표정 인식(face

recognition) 기술을 접목해 더욱 자연스러운 실시간 번역을 구현하고 있다. 현재 싱클레어는 스페인어 서비스를 중심으로 운영하고 있지만, 향후 힌디어, 일본어 등 다양한 언어로 확장을 시험하며 다언어 방송의 가능성을 넓혀가고 있다.

스크립스(Scripps)는 싱클레어 방송 그룹(Sinclair Broadcast Group)에 이어 ABC 계열사 가운데 두 번째로 큰 사업자로 알려져 있다. 이 기업은 신문 사업으로 출발해 1940년대 중반 텔레비전 사업으로 확장했으며, 2014년에는 신문 부문을 매각하고 2018년에는 라디오 사업을 종료했다. 현재 스크립스는 KRIS-TV를 통해 텔레문도(Telemundo) 채널에 AI 기반 실시간 번역 송출을 도입하여 뉴스를 즉시 스페인어로 변환·전달하고 있다. 또한 생성형 AI 활용에 관한 내부 가이드라인을 마련하고, 스크립스와 계약한 외부 업체들(벤더)에 대한 승인 체계를 정립하는 등 AI 활용을 체계적으로 관리하고 있다.

그레이 커뮤니케이션 시스템즈(Gray Communications Systems)로 설립된 이 회사는 현재 방송국 수 기준 미국에서 세 번째로 큰 텔레비전 방송국 사업자로, 미국 전역 113개 시장에서 총 180개의 방송국을 소유하거나 운영하고 있다. 그레이(Gray)는 다국어 서비스와 메타데이터 관리에 AI를 활용하고 있으나, 기술 도입에 있어 신뢰성을 중시하며 내부적으로 신중하게 적용하고 있다. 또한, <마니폴레이티드: 디스인포메이션 네이션(Manipulated: A Disinformation Nation)> 프로젝트를 통해 AI 기반 딥페이크와 가짜 정보의 위험성에 대응하고 있다. 이 프로젝트는 지역 뉴스룸과 연계한 다채널 캠페인, 교육용 웹사이트, 게임 콘텐츠 등을 통해 시청자의 대응 역량을 강화하는 것을 목표로 한다.

일본 지역 방송사와 AI

일본은 AI 아나운서를 도입한 재난 방송과 야간 심야방송 등 방송시스템 운영의 효율화를 추진하고 있

그림 2. QAB AI 아나운서 / 출처 : QAB





TOKYO MX

©TM/KK All Rights Reserved.



그림 3. Tokyo MX AI 호리존 / 출처 : Tokyo MX(2025. 4. 4).

다. 먼저, **류큐아사히 방송(Ryukyu Asahi Broadcasting, QAB)**은 전일본뉴스네트워크(All-Nippon News Network, ANN / 全日本ニュースネットワーク) 계열사로, 오키나와현 최초의 상업 텔레비전 방송국이다. 이 방송사는 2025년 1월 일본의 대표적인 정보통신기술(IT) 및 전자 기업인 일본전기주식회사(日本電気株式会社, Nippon Electric Company, NEC)

와 협업하여 AI 아나운서 뉴스를 론칭했으며, 일본어와 영어 뉴스를 낭독하는 서비스를 시작으로 향후 다국어 확장을 계획하고 있다. NEC는 이미 일본 내 여러 방송사, 공공기관, 지방자치단체와 협업해 AI 아나운서, 다국어 자동 음성 변환, 재난방송 솔루션 등을 제공하고 있다. AI 아나운서의 도입 목적은 재난 경보와 관광 안내 등 다문화 커뮤니케이션 지원, 다국어 뉴스

및 재난 정보의 실시간 제공, 야간 방송 인력 보완 등으로 요약할 수 있다. 이를 통해 류큐아사히 방송은 방송의 공적 기능을 강화함과 동시에 운영 효율성을 높이고 있다.

도쿄 MX(TOKYO MX)는 도쿄권역을 대상으로 하는 대표적인 독립 로컬 방송국으로, 공적·실험적 성격의 다양한 방송 시도로 유명하다. 이 방송



그림 4. 비와코 방송 AI 아나운서 아키라 유리 / 출처 : 日本経済新聞 (2021. 6. 4).



사는 NEC가 제공하는 AI 아나운서 기술을 활용해 제작한 AI 아바타 'AI 호리준(AIホリジュン)' 코너를 운영하고 있다. 이 코너에서는 일본어뿐만 아니라 영어, 중국어, 스페인어 등 다국어 안내를 제공하여 외국인 시청자를 포함한 다양한 수용자층을 대상으로 한 정보 전달을 실험하고 있다. 특히 AI 아바타를 활용해 방송 진행자의 외형과 음성을 합성함으로써, 다국어 보도·안내 기능을 효율적으로 수행할 수 있도록 설계된 것이 특징이다.

비와코 방송(Biwako Broadcasting, BBC)은 1972년 4월 1일 개국한 일본 시가현(滋賀県)의 독립 UHF 방송국이다. 이 방송사는 2024년 12월, AI 아나운서 '아라키 유이(Araki Yui)'를 도입하였다. AI 아나운서의 활용 목적은 심야 및 새벽 시간대 방송 진행을 보완하고, 지역 방송사가 직면한 인력 부족 문제에 대응하는 데 있다. 이를 통해 비와코 방송은 방송 운영 효율성을 제고하는 동시에, 로컬 방송의 지속 가능성을 확보하려는 전략을 시도하고 있다.

국내 지역 방송사 AI 활용 현황

CJB 청주방송(CJB Cheongju Broadcasting)은 2024년 3월 24일, 지역 방송사 최초로 AI 앵커를 도입했다. 이 AI 앵커는 실제 아나운서의 외형과 목소리 데이터를 기반으로 한 딥페이크(Deepfake) 기술을 미국 업체가 제작한 것이다. 도입 배경은 2020년 고용노동부의 특별근로감독 이후 모든 법정수당을 지급하면서 경영난에 직면했고, 이로 인해 2021년 주말 뉴스를 폐지한 데에서 비롯된다. 이후 방송통신위원회의 재허가 과정에서 '주말 뉴스 부재'가 지적되었고, 이를 해결하기 위해 AI 앵커를 활용해 일요일 뉴스를 재개하게 되었다.

JIBS 제주방송(JIBS Jeju Broadcasting)은 2024년 5월 11일부터 AI 앵커가 진행하는 토요일 뉴스를 시작했다. 미국 업체 제작 기술을 기반으로 하며, 현재는 뉴스와 생활정보 코너에 제한적으로 적용하고 있다.

G1 방송(Gangwon No.1 Broadcasting)은 2024년 6월부터 주말 뉴스에 AI

앵커 진행을 도입했다. 이 AI 앵커 역시 미국 업체 제작 기술을 활용했으나, 차별적으로 자체 기자 음성 데이터를 학습시켜 구강·역양을 구현한 것이 특징이다.

KNN 부산·경남방송(KNN Busan Gyeongnam Broadcasting)은 2024년 7월, 동서대학교와 협업하여 자체 제작한 AI 앵커를 공개했다. 다만, 재난·대형사고 등 긴급 상황에는 기존의 제작 방식을 유지하고, 주말 뉴스에 한해 AI 기술을 단계적으로 활용하는 신중한 접근 방식을 취하고 있다. KNN은 또한 지역 대학 및 AI 기업과의 협업을 통해 지역 AI 산업 발전에 기여하겠다는 방침을 밝혔다.

LG헬로비전(LG HelloVision)은 케이블TV의 고유 가치인 '지역성' 강화 전략의 일환으로 AI 앵커를 도입했다. 주요 활용 분야는 재난방송 및 긴급특보, 지역 소상공인 가게 소개 캠페인 프로그램, 날씨·생활정보 코너 등이다. 이를 통해 지역사회 밀착형 콘텐츠로 경쟁력을 강화하고 있다.

방송사	도입 시점	제작 주체	활용 범위	특징
CJB 청주방송	2024.3.24	미국 업체 제작	일요일 뉴스	노동부 특별근로감독 → 경영난 → 주말 뉴스 폐지 → 방통위 재허가 과정 지적 → AI 앵커 활용으로 일요일 뉴스 재개
JIBS 제주방송	2024.5.11	미국 업체 제작	토요일 뉴스, 생활정보	제한적 도입, 실험적 성격
G1 방송	2024.6~	미국 업체 제작 + 자체 기자 음성 데이터	주말 뉴스	기자 데이터 학습으로 구강·역양 구현, 기술적 차별화
KNN 부산·경남방송	2024.7~	동서대학교 협업	주말 뉴스 (단계적 도입)	긴급 상황(재난·사고) 시 기존 제작 유지, 지역 대학·AI 기업 협업 → 산업 기여 강조
LG헬로비전	2024년	내부 도입 (지역 협업 포함)	재난방송, 긴급특보, 날씨, 생활정보, 소상공인 캠페인	케이블TV 고유 '지역성' 강화 전략, 생활 밀착형 활용

표 1. 국내 지역 방송사 AI 활용 현황

최근 지역 방송사의 AI 활용은 지역 간 공동 프로젝트 형태를 시도하며, 개별 방송사의 한계를 보완하고 새로운 가능성을 제시하고 있다. 2025년 7~8월, **지역MBC 연합 프로젝트**가 추진되어 전문가와 지역 주민들의 목소리를 담아 현실적 해법을 모색하는 새로운 형식의 방송을 선보였다. 본 프로젝트는 <지역생존 AI 프로젝트 - 우리고향, 부탁해!>라는 제목으로 기획되었으며, 라디오 12부작으로 제작·방송된 뒤, 향후 텔레비전 6부작으로 재편성될 예정이다. 이 프로젝트에는 강원영동, 원주, 충북, 대전, 광주, 목포, 경남, 제주 등 8개 지역MBC가 공동 제작에 참여했으며, 각 지역MBC의 아나운서이자 라디오 PD로 활동하는 연출진이 함께 제작을 이끌었다. 또한 Perso AI, Queeta AI, 뉴엔AI 등 3개 사가 무상으로 기술을 지원하여 프로그램 제작의 혁신성을 높였다. 프로그램의 주요 주제는 지역 현안과 AI의 역할을 결합한

형식으로, 예컨대 <지역소멸 위기, AI에게 묻다>, <AI, 사라지는 도시를 지켜줘>, <AI, 새로운 일자리를 알려줘>와 같은 기획이 포함되었다. 이를 통해 지역사회 문제를 AI와 함께 탐색하는 새로운 다큐멘터리적 접근을 시도했다. 특히 이스트소프트(Eastsoft)의 페르소(Perso) AI 기술을 기반으로 한 AI 아바타 '유리'가 일부 진행과 내레이션을 맡았다. '유리'는 MBC경남의 '백을희' 아나운서의 음성과 영상 데이터를 약 2개월간 학습하여 생성된 아바타로, 실제로 진행자와 질의응답을 주고받는 형식으로 라디오 다큐멘터리의 일부 역할을 수행했다.

지역 방송사의 AI 활용 한계와 과제

해외 지역 방송사와 국내 지역 방송사의 AI 활용 양상을 서로 비교해 보면, 분명한 차이를 발견할 수 있다. 이러

한 차이는 국내외 시장 환경과 정책적 배경이 서로 다른 것에서 비롯된다. 해외의 경우, 하향식(Bottom-up) 접근 방식을 취하며 고객 서비스 개선, 기사 아카이브 검색 등 구체적 문제 해결을 목적으로 AI를 신속하고 저렴하게 도입해서 데이터 분석을 통한 수익 모델 다각화를 시도한다. 다시 말해, 현장의 필요에 따라 AI가 빠르게 적용되고, 그 과정에서 새로운 비즈니스 가능성을 탐색한다.

반면, 국내의 경우 상향식(Top-down) 전략을 고수하며, 정부 주도와 지원 아래 여러 방송사가 컨소시엄을 구성해 AI 학습용 데이터 구축에 나서거나, 개별 방송사의 한계를 극복하고 국가적 차원의 경쟁력 확보라는 거시적 목표를 지향한다. 이 과정에서 AI 활용은 내부 워크플로우 혁신을 통한 효율성 제고와 콘텐츠 가치 강화에 초점이 맞추어진다.



그림 5. 지역 생존 AI 프로젝트, 우리고향 부탁해 / 출처 : imbc(2025. 7. 15)

이러한 현상은 국내 지역 방송이 AI를 활용할 때 대체로 비용 절감과 인력 효율화를 우선시하기 때문이며, 동시에 부족한 재원을 정부 지원에 의존하는 구조로 이어진다. 현재 심각한 경영난에 놓인 지역 방송사 입장에서 재정적 지원은 절실하다. 그러나 장기적으로는 지역 방송이 지역민의 시청 복지와 공적 책무, 데이터 격차 해소, 인프라 및 인력 부족 문제를 함께 고려하면서, 스스로 독립적 경영과 지속 가능성도 고려해야 한다. 국내 지역 방송사가 AI를 통해 현실적 문제를 완화하고, 지속 가능한 독립적 운영을 달성하기 위해서는 다음과 같은 노력이 필요하다.

첫째, 데이터 자산 관리 전략이다. AI 활용의 핵심은 결국 데이터다. 방송

사가 보유한 방대한 콘텐츠 아카이브와 시청자 데이터를 체계적으로 디지털화·정제하여 AI가 학습 가능한 형태로 구축하는 작업이 선행되어야 한다. 이는 단기적 성과보다 장기적 관점에서 가장 중요한 자산 관리 전략이 될 수 있다.

둘째, 인간과 AI 협업 모델을 도입한 비즈니스와 관리 체계를 명확히 할 필요가 있다. AI를 인간의 보조 도구로 활용하는 ‘휴먼 인 더 루프(Human-in-the-Loop)’ 모델의 도입이 필수적이다. AI가 초안을 생성하고, 인간이 이를 검수·보완하며 최종 책임을 지는 구조를 마련해야 한다. 이를 통해 기술이 제공하는 속도와 효율성, 인간의 판단력·신뢰성을 결합할 수 있다.

아울러, 지역 방송사는 AI 활용에 대한 내부 가이드라인을 마련해야 한

다. 구체적으로는 윤리적 사용 원칙, 책임 소재, 저작권 문제 등을 포함한 명확한 규정을 선제적으로 확립해야 하며, 이는 예기치 못한 기술적 불확실성과 법적 리스크로부터 조직을 보호하는 안전장치 역할을 한다. 마지막으로, 수익 모델의 혁신이다. AI 활용은 단순한 제작 자동화 수준에서 만족할 것이 아니라, 데이터 기반의 지역 중심 어드레사블 광고(Addressable Advertising), 맞춤형 콘텐츠 추천 등 새로운 수익 모델 혁신으로 이어져야 한다.

이러한 노력들이 수반될 때, 지역 방송사의 AI 활용은 단기적 비용 절감 차원을 넘어, 장기적인 경영 지속성과 혁신적인 수익 구조 확보로 나아갈 수 있을 것이다. 

참고문헌

- 과학기술정보통신부(2024. 11. 28). 과기정통부, 「방송산업의 인공지능·디지털 기술 활용현황」 설문결과 발표. 과학기술정보통신부 보도자료.
- 뉴시스(2024. 7. 9). KNN, 부산·경남 최초 AI 제작 뉴스 방송.
- 한국기자협회(2024. 6. 11). 지역민방 파고든 ‘AI 앵커’… 혁신일까 현실일까.
- 한국콘텐츠진흥원(2025. 7. 8). 일본(도쿄) 콘텐츠 산업 동향: 일본 방송국의 활용 동향.
- mbc연예(2025. 7. 15). AI 통해 ‘지역소멸’ 해법 찾는 ‘지역생존 AI 프로젝트 우리고향, 부탁해’.
- PD저널(2025. 8. 1). AI와 ‘지역소멸’ 해법 찾아 나선 여정.
- Sinclair(2025. 2. 27). Sinclair Becomes First Broadcaster to Implement LIVE AI-Powered Language Translation for Newscasts.
- tvtech(2025. 3. 27). XL8 Delivers Real-Time Ai-Powered Spanish Captions to U.S. Public Broadcasters.
- tvtech(2025. 7. 8). Broadcasters Push AI to New Levels.
- tvtech(2025. 8. 27). InvestigateTV, Gray Stations Launch Multiplatform Investigation Into AI and Disinformation.
- Haivision(2025. 2. 20). Key Takeaways from Haivision’s 2025 Broadcast Transformation Report.
- NEC(2024. 10. 4). 琉球朝日放送とNEC、AIアナウンサーを活用した番組制作の取り組みを開始
- 日本経済新聞(2021. 6. 4). アナウンサーや白黒写真の着色 進むAIの「職場進出」.
- Tokyo MX(2025. 4. 4). ジャーナリスト堀潤が「AIホリジュン」に！東京・半蔵門から世界の50億人にニュースを届ける…『堀潤 Live Junction』内企画として放送.
- QAB. AIアナウンサーニュース.