

인공지능(AI) 활용 방송영상·광고산업 발전 방향 모색

- 4. 25. ‘2025 방송영상리더스포럼’ 제2차 세미나 개최

- 인공지능(AI)이 방송영상 및 광고산업에 미친 영향 분석과 정책 제언

문화체육관광부(장관 유인촌, 이하 문체부)는 한국콘텐츠진흥원(원장 직무대행 유현석, 이하 콘진원)과 함께 4월 25일(금), 콘텐츠코리아랩(CKL) 기업지원센터에서 지난 3월에 출범한 ‘2025 방송영상리더스포럼(이하 포럼)’의 제2차 세미나를 개최한다.

국내외 방송영상산업 인공지능 활용 전략, 인공지능 기술에 따른 광고산업 변화 등 분석

이번 세미나에서는 ‘인공지능(AI) 기술 발전이 방송영상·광고산업에 미치는 영향’을 주제로 방송영상 및 광고 산업 분야 전문가와 함께 발표와 토론을 이어간다. 조영신 전 에스케이(SK)브로드밴드 성장전략그룹장이 ‘인공지능과 전통적(레거시) 콘텐츠 사업자의 변화’를 주제로 국내 방송영상산업 내 방송사, 콘텐츠제작사의 인공지능(AI) 활용 현황을 분석하고, 해외 방송영상콘텐츠 산업의 활용 사례를 토대로 향후 방향성을 제시한다. 전통적 방송사업자의 인공지능 활용 전략을 제안하면서, 동시에 인공지능(AI)의 작동이 용이한 뉴미디어영상콘텐츠 시장으로서 ‘초단편(쇼트폼)’ 드라마 콘텐츠와 플랫폼의 성장 가능성과 기회 요인을 살펴본다.

박찬수 에이치에스애드(HSAD) 대표는 ‘인공지능(AI) 시대 광고산업 변화와 전망’을 주제로 콘텐츠산업 중에서도 인공지능(AI)의 활용이 활발한 광고 분야에서 ‘광고영상콘텐츠 제작’이 어떻게 변화하고 있는지 산업 현장의 모습을 전한다. 생성형 인공지능(AI) 콘텐츠의 완성도와 활용도가 폭발적으로 상승하면서, 현장은 기업들이 인공지능(AI) 기술 활용 능력을 보이기 위해

경쟁하던 기술 도입기를 벗어나 콘텐츠의 완성도를 중심으로 경쟁하는 성숙기에 접어들었다고 평가한다.

뉴미디어 신기술 콘텐츠 기획개발, 창작기술 역량 갖춘 융합 인재 양성 지원 등으로 인공지능 시대 방송영상·광고산업 발전 뒷받침

문체부는 이번 포럼을 통해 인공지능(AI) 기술 혁신이 현재 국내 방송영상산업과 광고산업에 미치고 있는 영향과 그 활용 현황을 살펴보고 정책 방향에도 이를 적극 반영할 예정이다.

특히, 최근 ‘대한민국 인공지능(AI) 국제영화제’에서 대상을 받은 <마테오>('24년 뉴미디어 신기술 콘텐츠 랩 지원작) 등 정책지원 성공 사례를 기반으로, 인공지능 활용 영상콘텐츠 기획개발과 콘텐츠 투자 유치(피칭) 행사 시 예고편(트레일러) 영상 제작 등을 지원하는 뉴미디어 신기술 콘텐츠 랩사업('25년 21억 원)을 지속 추진한다. 동시에 온라인동영상서비스(OTT) 콘텐츠 특성화 대학원('25년 19억 원)에서 방송영상콘텐츠 인공지능(AI) 기술 활용 정규강의와 특별세미나 등을 개설하고, 광고 전문인력 양성('25년 18억 원) 사업에 인공지능(AI) 활용 교육을 강화하는 등 기획창작 역량과 실무 기술 역량을 동시에 갖춘 융합 인재를 양성한다.

문체부 임성환 미디어정책국장은 “이번 포럼을 통해 인공지능 시대 방송영상·광고산업의 미래를 준비하는 데 큰 도움이 될 정책 제언들이 나올 것으로 기대한다.”라며 “문체부는 방송영상·광고산업 현장과 긴밀하게 소통하며 우리 콘텐츠산업이 인공지능(AI)을 활용해 세계 경쟁력을 높일 수 있도록 지원하겠다.”라고 밝혔다.

담당 부서	미디어정책국 방송영상광고과	책임자	과장	강은영 (044-203-3231)
		담당자	사무관	이지원 (044-203-3239)

대한민국

지책브리핑

더 아픈 환자에게 양보해 주셔서 감사합니다

가벼운 증상은 동네 병·의원으로

OPEN

공공누리 공공저작물 자유이용허락