

→ Issue&Trend

몰입의 시대의 두 키워드, 가상현실 + 인공지능

경영칼럼니스트/ 비전크리에이터 대표이사 정주용(perry@visioncreator.co.kr)

2007년 아이폰으로 시작된 모바일혁명의 중심에는 사용자경험(User Experience)의 혁명적 변화가 있었다. 접촉(Touch)을 통해 기계와 인간이 소통하면서 기계와 인간의 거리감은 사실상 제로가 되었다. 그 결과 스마트기기는 우리의 일상을 지배하고 24시간 우리의 손끝에서 떨어지지 않는 존재가 되었다. 가상공간의 완벽한 효율성은 현실세계를 가득 채운 비효율을 교란적(disruptive)으로 혁신하기 시작했고, 우버와 에어비앤비로 대표되는 O2O(Online to Offline)의 메가트렌드는 최근 2~3년 미국, 중국을 중심으로 전세계를 강타했다. 하지만, 이제는 더 이상 오프라인의 모든 것을 온라인으로 효율적으로 통제한다는 O2O의 명제는 소비자들에게 새로운 개념이 아니다. 이미 O2O의 공룡들은 미국, 중국을 중심으로 거대한 몸집을 자랑하며 규모의 경쟁에 돌입했다. O2O의 교란적 혁신성은 어찌 보면 2015년을 기점으로 소멸된 것인지도 모른다. 이제 세상은 전혀 새로운 수준의 사용자경험을 기다리고 있는 것이다. 새로운 경험의 근간에는 인간의 뇌가 자리잡고 있다. 뇌를 속이는 기술, 가상현실(Virtual Reality, VR)과 뇌를 대체하는 기술, 인공지능(Artificial Intelligence, AI)은 우리가 살아갈 몰입의 시대의 두 거대한 키워드이다.

□ 몰입의 시대, 기술은 뇌를 속이고(VR) 뇌를 대체(AI)한다.

2007년 아이폰으로 시작된 모바일혁명의 중심에는 사용자경험(User Experience)의 혁명적 변화가 있었다. 터치(Touch)를 통해 기계와 인간이 소통하면서 기계와 인간의 거리감은 사실상 제로가 되었다. 그 결과 스마트기기는 우리의 일상을 지배하고 24시간 우리의 손끝에서 떨어지지 않는 존재가 되었다. 가상공간의 완벽한 효율성은 현실세계를 가득 채운 비효율을 교란적(disruptive)으로 혁신하기 시작했고, 우버와 에어비앤비로 대표되는 O2O(Online to Offline)의 메가트렌드는 최근 2~3년 미국, 중국을 중심으로 전세계를 강타했다. 하지만, 이제는 더 이상 오프라인의 모든 것을 온라인으로 효율적으로 통제한다는 O2O의 명제는 소비자들에게 새로운 개념이 아니다. 이미 O2O의 공룡들은 미국, 중국을 중심으로 거대한 몸집을 자랑하며 규모의 경쟁에 돌입했다. O2O의 교란적 혁신성은 어찌 보면 2015년을 기점으로 소멸된 것인지도 모른다. 이제 세상은 전혀 새로운 수준의 사용자경험을 기다리고 있는 것이다. 새로운 경험의 근간에는 인간의 뇌가 자리잡고 있다. 뇌를 속이는 기술, 가상현실(Virtual Reality, VR)과 뇌를 대체하는 기술, 인공지능(Artificial Intelligence, AI)은 우리가 살아갈 몰입의 시대의 두 거대한 키워드이다.

□ 극강의 몰입감, 가상현실

몰입(immersion)의 사전적 의미는 깊은 감정적 개입(deep mental involvement)를 의미한다. 하지만, 가상현실 기술의 맥락에서 몰입이란 **가상공간에서 물리적으로 존재하는 것처럼 인식하는 것¹**을 의미한다. 존재하지 않는 가상의 공간에서 존재하는 것처럼 느껴지게 만든다? 참으로 철학적인 이야기처럼 들린다. 하지만, 쉽게 넘어갈 질문은 아니다. 진정 가상현실 기술은 인류에게 존재론적 질문을 강력하게 던질 가능성이 높기 때문이다. 우리는 물리적 현실을 살아가는 것일까, 물리적 현실은 가상현실을 위한 기반에 불과한 것일까? 장자의 호접몽에 등장할 법한 문제제기가 바로 미래 인류가 직면할 문제이고, 가상현실이란 단어 그 자체에 문제는 함축되어 있는지도 모른다.

¹ [https://en.wikipedia.org/wiki/Immersion_\(virtual_reality\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Immersion_(virtual_reality))



[The Void의 체험형 VR게임]

최신 출시된 가상현실 기기를 경험해보았는가? 시각과 청각을 잠시 착각시켰을 뿐인데 1분 만에 가상의 세상으로 빨려 들어가는 극강의 몰입감을 느낄 수 있다. 아직 그래픽과 콘텐츠는 투박하고, 10~20분 이상 착용하면 울렁증도 나올 정도로 조악한 수준인데도 몰입감만은 거부할 수 없다. 기술이 여전히 어설프다고 가상현실을 영영 오지 않을 미래 정도로 치부하면 오판이다. 전세계의 전문가, 투자자들은 빠르면 3년, 적어도 5년 이내에 가상현실 기술은 대중화가 가능한 수준으로 향상될 것이라 예상한다. 머리에 쓰는 헤드셋은 비록 지금은 벽돌만하지만, 결국 손바닥만해질 것이고 더 얇아지고 가벼워질 것이다. 초기 핸드폰도 그러했다. 벽돌만큼 무겁고 못났지만 지금은 당시의 슈퍼컴퓨터가 손바닥보다 얇고 가볍게 변신했다. 기술은 절대 뒤로 가지 않기 때문에 이러한 예상은 틀리지 않을 가능성이 높다. **인류의 삶의 터전을 송두리째 디지털한 세상으로 밀어 넣고, 현실의 제약을 뛰어넘게 만들어줄 가상현실 기술은 이제 가능성의 수준을 넘어 현실로 다가온 것이다.**

현실이 우울한가? 가상현실은 우리의 현실보다 더 재미있고, 상상력 넘치는 세상일 수 있다. 인터넷의 보급으로 가상의 공간이 인류에게 더욱 많은 소통의 기회, 부가가치를 창출할 새로운 통로를 만들어 주었다면, 가상현실 또한 그러한 변화를 촉발시킬 커다란 기술적 도약일 수 있다. 가상공간의 존재감이 현실공간의 존재감보다 더 커져가면 인류의 라이프스타일은 우리가 지금 상상할 수 없을 정도로 극적인 변화를 겪을 수 있는 것이다.

□ 가상현실, 전세계 IT공룡들의 투자 타겟

이런 맥락에서 페이스북은 2014년 여름 오쿨러스(Oculus)를 2조원이 넘는 가격으로 인수한 것이다. 인수대금 대부분을 페이스북의 지분으로 오쿨러스 창업자들에 지급했는데, 당시 페이스북 주가가 70\$이었던 것을 고려하면 지금 주가가 120\$에 육박하니 지금 기준으로 보

면 인수가격은 3조원도 훌쩍 넘는 수준이다. 매일 10억명이 북적이는 진정한 플랫폼 페이스북은 중국과 인도, 아프리카로 지역적 확장을 꾀하는 동시에 인류가 소통하는 방식 자체에 대한 변화를 꾀하는데 앞장서고 있는 것이다. 오쿨러스의 자체적인 투자 또한 활발하다. 실내 Mapping기술 기업 Surreal Vision, 손 추적용 VR센서를 개발하는 Pebbles Interface 등 다수의 기업에 대한 투자를 감행하고 있다. 삼성전자는 가상현실 시장의 선두주자인 오쿨러스와 손잡고 기어VR을 선보였고, 동시에 다수의 가상현실 콘텐츠, 기술 기업에 공격적인 지분투자를 감행하고 있다. 360도 카메라 개발사인 캐나다의 Bubl, 시선추적 기술을 이용한 VR HMD개발사인 Fove, VR애니메이션 제작사인 Baobab 스튜디오 등 영역과 국적 가리지 않고 가상현실 분야의 투자 보폭을 확장하고 있다. 구글은 데이드림(Daydream)을 선보이면서 본격적인 가상현실 플랫폼으로서의 방향성을 제시했다.

□ 중국, 가상현실 열풍의 중심지

중국의 가상현실 열풍도 못지않다. 세계에서 IT분야 벤처투자 열기와 규모가 가장 강력한 곳이 중국인데, 작년 말부터 현재까지 중국 벤처 투자업계에서 가장 핫한 키워드는 가상현실이 되었다. 어찌보면 가상현실의 부가가치가 가장 폭발적으로 창출될 곳이 중국이 되는 것은 너무나 당연한 일일지도 모른다. 작년 초부터 시진핑 정권에서 본격 드라이브를 걸어온 인터넷플러스 정책과 딱 맞아 떨어지는 미래적 키워드로서 가상현실은 중국 정부차원에서 반길 만한 기술이기 때문이다. **현실의 비효율이 가득한 중국 대륙은 가상현실 속으로 빨려 들어가야 더욱 평화롭고 아름다울 수 있지 않을까?** 도농간의 갈등, 내륙과 연안의 소득차이와 같이 빠른 성장으로 인해 깊어진 갈등의 골은 가상현실을 통해 해소될 가능성을 찾아봄직하다. 실제 중국은 가상현실 체험존이 가장 빠른 속도로 확산되는 곳이기도 하다. 이미 수천개의 가상현실 체험존이 중국 대형마트와 백화점 매장 사이에 자리잡고 있다. 최근 중국인들의 새로운 기술에 대한 흡입력은 가히 세계 최고 수준이라 할 수 있다. 중국산 VR기기 또한 속속 등장하고 있다. 폭풍마경, 3Glasses는 기어VR와 오쿨러스에 대한 대항마이고, 무수히 많은 IT제조 기업들이 가상현실 헤드셋과 그에 연관된 부속 기기들을 속속 선보이고 있다.

□ 한국, 가상현실 콘텐츠 종주국으로 도약해야

현재 중국, 미국 모두 가상현실 기기들은 경쟁적으로 등장하지만 공통적으로 가상현실 생태계에 최적화된 콘텐츠는 턱없이 부족한 상황이다. 한국의 기회는 여기에 있다. 세계가 가상현실을 새로운 커다란 무엇(Next Big Thing)으로 규정하고, 중국의 가상현실 시장 또한 급속도로 팽창하려는 조짐이 파악되는 이 시점에 한국은 가상현실 콘텐츠 종주국으로 자리매

김할 절호의 찬스가 다가온 것이다. 온라인게임 종주국 한국, 온라인게임의 세계관과 생태계는 한국의 게임 개발자들의 손에 의해서 창조된 것이라고 보아도 무방하다. 세계 최대 게임회사로 등극한 기업가치 200조원이 넘는 텐센트의 기록적 성장은 8할 이상이 한국 테헤란밸리의 게임개발자 손으로 이룩한 업적인 것이다. 한국 게임산업은 마약/도박류로 취급 받으며, 셋다운의 고초를 겪으며 모바일시대의 헤게모니를 잠시 북유럽의 수퍼셀(클래시오브플랜 개발사)과 같은 해외 기업에 내어주었다. 따라서, 가상현실의 시대에는 한국이 다시 새로운 틀을 짜는 역할을 수행할 필요가 있는 것이다. 실제로 해외 벤처투자자들의 가상현실 콘텐츠 산업에 대한 전망을 직접 들어보면 한국산 가상현실 콘텐츠에 대한 기대감을 확인할 수 있다. 가상현실이 본격 부상하기 시작하는 지금, 한국의 콘텐츠 산업은 가상현실의 새로운 시대를 맞이할 준비가 되었는가 반문해볼 필요가 있다. 기회는 지나가면 다시 오지 않기 때문이다.

□ 구글홈의 등장, 똑똑한 기계와 대화하는 시대가 다가왔다.

지난 5월 18일 2016년 구글 I/O키노트 행사에서 순다피차이 구글 CEO는 음성인식 인공지능 스피커 "구글홈"을 선보였다. 세계 최초로 음성인식 인공지능 스피커를 선보인 아마존을 인식한 듯 순다피차이 CEO는 직접 아마존의 에코스피커에 대한 언급도 잊지 않았다. 아마존 에코에서 착안은 했으나 에코와는 전혀 다른 방식으로, 구글만의 독창적인 방식으로 음성인식 인공지능 스피커를 창안했다는 점을 강조했다.

순다피차이의 연설은 부드럽지만 또렷한 메시지를 던져주었다. 기계와의 대화, 대화, 대화. 이번 그의 발표에서 가장 많이 반복된 단어이다. 이제는 기계는 접촉(touch)하는 대상이 아니다. 대화를 나눌 상대인 것이다. 왜냐면 인간이 가장 편하게 느끼는 의사소통의 방식이 대화기 때문이다. 가족이나 연인이 아니고서 우리는 서로 신체적 접촉을 통해 소통하지 않는다. 게다가 목을 구부리고 스마트폰에 엄지손가락을 수백번, 수천번 두드리는 행위는 너무나 구시대적 사용자경험으로 느껴진다.

2007년도에는 신선하고 혁명적으로 느껴졌던 접촉은 역사의 뒤편길로 물러나야 할 처지에 놓인 것이다. 이제 인공지능, 머신러닝 기술은 인간 최강의 바둑기사를 이기고(알파고), 발전소와 공장을 효율적으로 운영하고(GE의 Predix), 온갖 임상자료에 근거해 암진단을 내리고, 법률소송의 의견을 제시(IBM의 왓슨)한다. 이번 발표에서 구글이 강조한 것도 바로 인공지능 기술이 이제는 인간과 자연스레 대화할 수준에 올라있다는 점이었다.

이번 발표를 통해 선보인 구글의 새로운 시도는 비록 지금은 모두 가능성으로 느껴지지만, 5년 내에 우리의 라이프스타일을 송두리째 바꾸어놓을 새로운 변화일 수 있다. 구글홈 스

피커는 이제 하나의 가족 구성원으로 자리잡을 수 있다. 과거 삼성의 캐치프레이즈, “또 하나의 가족”을 구글은 현실에서 진정 실현할 수 있을지도 모른다. 아침 저녁으로 우리는 집에서 구글? 구글? 구글?을 계속 외칠지도 모른다. 음악을 틀고, 전등을 켜고, 물건주문도, 일정관리도, 모두 말 한마디로 가능해지니 누가 스마트폰에 손을 올려달 생각을 하겠는가?

아마존이 세상에 가장 먼저 선보인 인공지능 음성인식스피커란 존재는 전지한 구글에 의해서 더욱 광범위한 능력을 장착하게 되었고, 우주최강 SNS플랫폼 페이스북도, 한국의 삼성도, 중국의 화웨이, 텐센트, 알리바바도 결국은 이 “새로운 큰 것”(The next big thing)을 만들어 판매하게 될 궁극의 유저인터페이스일 것이다. 인간과 편안하게 대화나눌 수 있는 수준으로 도약한 인공지능, 이제 서서히 인간의 합리적 판단능력을 무력화시킬 때가 다가오고 있다.

□ Outro. 당신은 몰입의 시대에 준비되어 있는가?

칼럼니스트로서 2016년 올해의 키워드로 삼은 것은 “몰입의 시대”다. 지난 수년간 스마트 모바일기기의 비약적 발전을 통해 무한으로 가상의 공간에 연결되어온 인류는 이제 가상의 공간으로 두벽 두벽 걸어 들어갈 운명에 놓여져 있다. 영화 매트릭스의 삶처럼, 장자의 호접몽 처럼, 현실과 가상의 공간이 구분되지 않을 정도로 인간은 이중적 존재로 거듭날 것이다. 인간과 자연어로 대화하는 기계의 등장, 가상현실의 급속한 확장은 이러한 변화의 신호탄에 불과하다. 당신은 과연 존재론적 변화에 대비되어있는가?