



트렌드리포트 01

미 할리우드의 인공지능을 활용한 효과적인 제작 기획 및 투자 결정 트렌드

1. 들어가는 말

2. 배경 분석

3. 주요 사례

- 3.1. 영화제작 프로젝트 관리 종합 솔루션
- 3.2. 데이터 분석을 통한 흥행 가능성 분석
- 3.3. 관객 반응 분석을 통한 흥행 가능성 분석

4. 맺음말

미 할리우드의 인공지능을 활용한 효과적인 제작 기획 및 투자 결정 트렌드

요약문

할리우드가 영화의 흥행 가능성을 높이기 위해 인공지능 기술을 활용하고 있다. 미국의 인공지능 기술회사 시네리틱은 영화제작을 종합적으로 관리하는 솔루션을 제공하여 흥행 가능성 분석부터 제작 예산과 전반적인 재무관리까지 아우를 수 있는 영화 제작과정의 전반적인 프로젝트 매니지먼트를 지원한다. 흥행 실적이나 영화 시나리오의 내용을 분석해 흥행 여부를 예측하는 서비스도 있다. 미국 보스턴 소재 업체인 파일럿은 새로운 영화 프로젝트와 관련된 데이터를 기존의 흥행작 데이터와 비교해 흥행 가능성을 예측하는 서비스를 제공한다. 이스라엘의 스타트업 볼트와 디즈니 산하 연구조직인 디즈니 리서치는 '영화 관객들의 반응'을 통해 흥행 가능성을 예측한다. 다만, 인공지능의 분석 결과가 반드시 정확한 예측을 보장해주는 것은 아니라는 점에서, 인공지능 도입의 효과에 대한 갑론을박은 계속 이어지고 있다.

1. 들어가는 말

미국 할리우드에서 인공지능을 통해 영화의 흥행 가능성과 예상 관객층을 사전에 파악하는 서비스가 시선을 끌고 있다. 최근 몇 년 사이에 시네리틱(Cinelytic), 스크립트북(Scriptbook), 볼트(Vault), 파일럿(Pilot) 등 영화 흥행 예측 기능의 인공지능 알고리즘 서비스가 출시되었다. 워너브러더스(Warner Bros)도 이들 기업의 솔루션을 적용하고 있으며, 디즈니(Disney)는 자체적으로 관객 반응 분석 솔루션을 개발해 테스트를 진행하고 있다.





영화 제작사들이 인공지능 활용에 관심을 두는 것은 ‘어떤 영화’를 ‘어떤 관객층’이 관람하게 될 것인지 예측해 신작 영화의 수익성을 높이고 흥행 실패 위험을 관리할 수 있다는 기대 때문이다. 인공지능은 영화 제작에 앞서 다양한 요소를 분석한 후 박스오피스를 전망하고, 캐스팅 옵션에 따라 달라질 수익을 비교해준다. 할리우드에서 주목받는 이러한 인공지능 솔루션은 오랜 기간 축적된 데이터를 활용하는 것 외에도, 개봉 당시 계절에 따른 영향이나 정치·사회·경제적 환경과 같은 외부 요소를 고려하여 흥행 예측 알고리즘의 성능을 향상하고 있다.

할리우드의 인공지능 활용은 기존의 비즈니스 방식에 존재하는 비효율을 제거하고 불확실한 미래에 대한 통제력을 강화한다는 점에서 인공지능이 다른 산업 분야에서 시도해 온 혁신과 일맥상통한다. 인공지능은 지금까지의 콘텐츠 기획 방식이나 대본 작성, 캐스팅과 예산 책정 방식으로는 해결할 수 없는 새로운 차원의 ‘효율성’을 선사할 것으로 기대한다. 특히 수익과 직결되는 흥행 예측 분야는 인공지능이 할리우드에 가장 빠르게 파고드는 분야로 주목된다.

2. 배경 분석

인공지능 기반의 흥행 예측 솔루션이 할리우드에서 주목받는 연유는 경험 많고 노련한 제작자들의 ‘직관’에 의지하는 방식보다 더 객관적이고 정확한 결과를 도출할 수 있다는 기대감 때문이다. 머신러닝업체 클리어링크(Clearlink)의 데이터 과학 책임자인 랜던 스타(Landon Starr)는 인공지능이 작품 기획 단계부터 이전의 흥행작에서 얻은 데이터를 기반으로 관객들이 원하는 것을 더욱 정확하게 파악하고, 박스오피스 수익을 높이는 전략을 추진할 수 있다고 설명했다. IBM은 자사의 왓슨(Watson) 인공지능 시스템이 정교한 데이터 분석을 통해 영화 제작을 위한 최고의 도구 역할을 할 수 있다고 강조하기도 했다.

할리우드 제작사들이 인공지능에 솔깃해지는 이유는 영화 산업이 비즈니스의 특성상 위험 부담이 크기 때문이다. 흥행 예측을 통해 투자 위험을 관리하지 않으면 막대한 제작비를 회수하기 어렵고, 이는 비즈니스 측면에서 치명적인 결과로 이어질 수 있다.

그동안 인공지능은 금융을 비롯해 건설과 보안, 에너지 개발에 이르기까지 위험 관리가 필요한 다양한 산업에서 위험 탐지와 대응을 위한 예측 모델 솔루션을 제공해왔다. 이러한 분야의 의사 결정이 인공지능의 위험 분석 등을 기반으로 이루어지는 것과 마찬가지로, 흥행 리스크가 큰 영화 산업에서도 제작자들의 의사결정에 인공지능을 활용하려는 요구가 커지고 있는 셈이다.

이와 연관된 또 다른 이유로는 영화 산업에서 목도되는 수요의 불확실성 문제를 꼽을 수 있다. 영화 관객들이 향후 어떤 영화를 선호하고 많이 관람할 것인지 예측하기가 쉽지 않다는 것이다. 제작비 투입 규모가 큰 영화 비즈니스는 대규모 시장이 필요하다. 영화 제작비의 비중이 크고 복제 및 배포 비용은 상대적으로 적은 만큼 시장의 규모가 클수록 영화의 수익성이 커지기 때문이다. 그러나 시장 규모가 확장될 경우 관객층이 다양해지는 것에 비례해 수요의 불확실성 역시 커질 수밖에 없다. 관객들의 요구가 다양해질 것이기 때문이다.

결국 최대 다수의 관객들에게 소구할 수 있는 영화만이 이러한 불확실성을 극복하는 방법이며, 잠재 관객에 대한 이해는 영화 비즈니스의 성공을 위해 매우 중요한 조건이 된다. 할리우드의 제작자들도 영화 콘텐츠 자체의 품질만큼이나 관객에 대한 이해가 중요하다는 사실을 인지하고 있다. 인공지능은 영화 관객에 대한 다각적인 분석을 통해 관객이 원하는 것을 파악하고 이에 대응하는 스토리텔링과 마케팅 전략을 도출하며 할리우드 제작자들의 기대를 모으고 있다.

최근 두드러지고 있는 스트리밍 시장의 확대 역시 영화 제작을 위한 인공지능 활용을 촉진하는 요인이 되고 있다. 넷플릭스(Netflix)를 위시한 스트리밍 사업자들이 오리지널 콘텐츠 제작에 적극적으로 나서는 가운데, 구독 기반의 스트리밍 서비스를 통해 할리우드의 영상 콘텐츠를 검색하거나 추천받고, 극장 대신 스트리밍 플랫폼에서 콘텐츠를 시청하는 트렌드가 확산되면서 데이터 격차가 실질적인 실적 차이로 이어질 가능성이 커지고 있기 때문이다. 워너 브러더스와 같은 제작사가 더 효과적인 흥행 전략 수립과 수익성 확보를 위해 시네리틱의 솔루션을 도입하기로 한 것도 영상 제작부터 배급 유통에 이르는 영화 비즈니스의 전체 과정에서 넷플릭스 등과의 경쟁을 위해서는 새로운 형태의 시청자 행태 데이터를 진지하게 분석해야 한다는 필요에 따른 것으로 분석된다.



3. 주요 사례

3.1. 영화제작 프로젝트 관리 종합 솔루션

미국 로스앤젤레스에 본사를 둔 인공지능 기술회사 시네리틱은 영화제작을 종합적으로 관리하는 솔루션을 제공한다. 시네리틱은 15년 동안 NASA에서 위험평가모델(risk assessment models)을 구축해온 데브 센(Dev Sen)과 파라마운트(Paramount)와 워너 브라더스에서 제작 담당 임원을 지낸 크리스천 몬티(Christian Monti)가 영화 제작부터 배급 및 마케팅에 이르기까지 영화 제작 과정의 다방면에 연결된 데이터 분석 플랫폼을 구축했다.

할리우드 6대 영화 제작사 중 하나인 워너 브러더스와 2020년 1월 인공지능 기반의 제작 프로젝트를 체결하면서 화제를 모으기도 했다. 영화 제작에 앞서 인공지능 알고리즘과 데이터를 사용하여 영화의 흥행을 예측하는 서비스를 제공하는 것이 시네리틱의 핵심 비즈니스이며, 영화 캐스팅부터 재무관리에 이르기까지 제작 프로젝트 전반을 분석한다. 시네리틱은 워너 브러더스 이외에도 소니 픽처스(Sony Pictures), 미국의 제작사 겸 배급사 STX 엔터테인먼트(STX Entertainment), 영국의 영화투자 전문 금융 회사 인지니어스(Ingenuous)와도 협업하고 있다.

시네리틱의 솔루션은 장기간 축적된 영화의 흥행 실적 데이터를 확보해, 영화의 주제 및 주요 출연 배우에 대한 정보와 상호 참조하여 숨겨진 흥행 패턴을 도출한다. 예를 들어, 캐스팅 분석(Talent Analytics)의 경우 배우 캐스팅에 따른 흥행 예측 결과를 인공지능을 통해 단 몇 분 만에 제공할 수 있다. 혹은 여름철에 개봉하는 영화 제작을 위해서는 어떤 배우가 가장 적절한지 조합을 도출해 내기도 한다.

시네리틱의 솔루션은 캐스팅 분석 이외에 영화 분석과 통합 재무모델링 서비스를 포괄한다. 영화 분석(Film Analytics)은 시나리오별, 지역별, 배급사별 분석 결과를 바탕으로 통찰력을 제공한다. 통합 재무 모델링(Integrated Financial Modeling)은 영화 제작부터 수익 전망에 이르기까지 상세하고 정교한 재무 분석과 기획을 통해 영화 비즈니스의 복잡한 재무 구조에서도 신속한 ROI 분석을 진행할 수 있다.

시네리틱에 따르면, 인공지능 기반의 예측 솔루션은 3가지 단계로 진행된다. 첫째, 데이터 확보 단계이다. 장기간 축적된 영화 흥행 실적 데이터를 확보한다. 시네리틱은 양질의 데이터셋 확보를 위해 라이선스를 체결하고 있다고 밝혔다. 흥행 실적 데이터는 박스 오피스 실적, HBO와 같은 유료 TV를 통합 배급 현황, DVD 판매 및 콘텐츠 대여 실적 등 제삼자로부터 확보한 것이다.

둘째, 새로 제작할 영화의 특징에 관한 데이터를 입력하고 조율하는 단계이다. 이는 새로운 기획 내용을 기존 흥행작의 패턴과 비교 분석하기 위한 것으로, 시네리틱의 머신러닝 기반 소프트웨어를 활용한다. 수집된 데이터를 테마, 배우 및 감독 등 영화 흥행과 관련된 여러 범주에 맞게 정렬하고, 줄거리 요약, 캐릭터 설명, 작품 길이 등 콘텐츠 내적 요소들에 대해서도 정리한다. 박스 오피스 흥행과 스트리밍 등 기타 배급 경로를 통한 미래 이익을 예상하기 위한 데이터는 총 19가지 속성으로 구분된다.

셋째, 캐스팅 변경 등 제작 관련 의사결정에 따라 영화 흥행 전망이 어떻게 달라질 수 있는지 파악하는 단계이다. 이 단계부터 시네리틱의 플랫폼은 일반적인 비즈니스 인텔리전스(business intelligence) 시스템의 대시보드와 유사하게 작동한다. 예를 들어, 신규 콘텐츠 제작 프로젝트에 대해 캐스팅할 배우를 바꾸거나 배급 일정을 변경하면 흥행 및 수익에 어떤 영향을 미치는지 실시간으로 확인할 수 있다. 이 단계에서는 영화의 흥행 전망과 함께 수익성 증진을 위한 최적의 재무 모델도 제안한다.

이러한 분석 결과를 통해 경영진은 극장 개봉부터 유료TV와 스트리밍에 이르기까지 광범위한 유통 채널에서 영화가 얼마나 큰 수익을 얻을 수 있는지 예측한다. 시네리틱은 배급사와 어떤 조건으로 어떤 유형의 거래를 할 것인지, 흥행 가능성과 수익성을 극대화하기 위한 합리적인 예산 책정 전략은 무엇인지도 추천한다.

3.2. 데이터 분석을 통한 흥행 가능성 분석

시네리틱이 흥행 가능성 분석부터 예산, 재무관리까지 아우를 수 있는 영화 제작의 전반적인 프로젝트 매니지먼트 솔루션이라면, 앞으로 소개할 기업들은 ‘흥행 가능성’에 초점을 맞춘 솔루션을 전문적으로 서비스한다.





미국 보스턴 소재 업체인 파일럿(Pilot)은 새로운 영화 프로젝트와 관련된 데이터를 기존의 흥행작 데이터와 비교해 흥행 가능성을 예측하는 서비스를 제공한다. 이 회사는 새로운 영화 프로젝트와 관련된 데이터를 기존의 흥행작 데이터와 비교해 흥행 가능성을 예측하는 서비스를 제공한다. 지난 30여 년간 흥행에 성공한 영화에 대한 정보 데이터베이스와 비교하고, 출연자, 감독, 작가, 예산, 플롯 등의 변수를 고려해 개봉 첫 주말의 흥행 수입을 예측하는 방식이다. 파일럿은 영화 개봉을 앞둔 18개월 전부터 흥행 실적을 예측할 수 있다고 주장하며 화제를 모았다.

반면, 벨기에의 스타트업 스크립트북은 자사의 알고리즘이 영화의 시나리오를 분석하는 것만으로 영화의 흥행 성공 가능성을 예측할 수 있다고 한다. 스크립트북의 소프트웨어가 분석한 2017년 코미디 영화 〈빅스틱(The Big Sick)〉의 경우, 캐릭터 호감도부터 박스오피스 매출 전망에 이르기까지 영화의 흥행 가능성에 대한 다양한 예측 결과를 제시했는데, 실제 흥행 성적과 상당한 일치를 보였다. 스크립트북의 인공지능 플랫폼은 사용법도 복잡하지 않다. 영화의 대본 내용이 담긴 PDF 파일을 업로드하면 캐릭터에 대한 상세한 분석을 제공하고, 주인공과 그에게 맞서는 상대 역할 사이의 대결과 긴장 구도를 파악한다. 스크립트북의 이러한 서비스는 영화의 제작 여부를 결정하는 과정에서 참고 자료로 활용할 수 있다.

한편, 미국의 시네마틱 벤처 파트너스(Cinematic Venture Partners)는 영화의 흥행 가능성을 머신러닝 통해 분석한 후 이를 바탕으로 투자에 나서는 업체로 두각을 나타내고 있다. 최근에는 저예산 독립 영화 부문에서 이 방식을 적용해 화제를 모았다. 저예산 영화의 경우 독립 영화관 이외에는 극장 배급 기회를 지속해서 확보하는 것이 매우 어려운 만큼 주연배우와 감독의 ‘이름값’에 기대지 않고 영화의 성공 가능성을 높여주는 다양한 데이터를 분석하여 제시하는 것이 더 중요하다고 할 수 있다.

이런 면에서 시네마틱 벤처 파트너스는 머신러닝 기술과 수십 년간의 영화 산업 경험을 바탕으로 중소 규모의 독립 영화가 제작 과정을 무사히 마치고 흥행 실패 가능성을 낮추며 영화 투자자에게 수익 실현 가능성을 높일 수 있는 대안을 제시한다. 실제로 이 회사가 투자 대상으로 선정한 영화의 95.8%는 제작 예산보다 흥행 수익을 확보한 것으로 집계되어 눈길을 끌었다.

인공지능 기술업체 코르토(Corto)는 서던 캘리포니아대학교(University of Southern California) 산하 엔터테인먼트 테크놀로지 센터(Entertainment Technology Centre)의 ‘데이터&애널리틱스 프로젝트(Data & Analytics Project)’를 진행하고 있다. 인공지능 기반의 플랫폼을 통해 영화 콘텐츠의 내러티브 특성이 잠재 고객들에게 얼마나 호소력을 갖는지 파악하는 것이 목적이다. 특히 영화의 장면별로 예측 가능한 시나리오 구문 분석 응용 프로그램을 적용하고 있다.

3.3. 관객 반응 분석을 통한 흥행 가능성 분석

앞서 살펴본 사례들이 기존 영화의 흥행 데이터나 시나리오 내용 등 ‘데이터’를 분석하는 데 초점을 맞춘 것이라면, ‘영화 관객들의 반응’을 통해 흥행 가능성을 예측하는 사례들도 있다.

이스라엘의 스타트업 볼트는 지난 30여 년간의 박스오피스를 분석해 40만 종의 흥행성 스토리텔링 요소, 제작비 규모, 잠재 고객층의 인구통계학적 특징 데이터를 기반으로 신작 영화의 개봉 시점을 제안하는 인공지능 기반 알고리즘을 개발해 화제를 모았다. 특히 ‘딥오디언스(DeepAudience)’라고 불리는 볼트의 관객 분석 서비스는 영화 개봉을 앞두고 유튜브(YouTube) 등에 온라인으로 제공되는 영화 예고편의 시청 현황을 추적해 해당 영화의 잠재 관객 특성을 파악하고, 흥행 가능성을 예측하며, 집중적으로 마케팅해야 할 대상을 지목한다. 영화 제작사와 배급사들은 이 서비스를 통해 마케팅 비용을 효율적으로 투입하고, 최적의 고객들에게 최대한의 수익성을 확보할 수 있는 전략을 수립할 수 있다.

디즈니(Disney)는 영화 관람객의 반응을 파악하고 관객들이 좋아하는 영화를 만들기 위해 많은 연구를 수행한 대표적인 업체로 꼽힌다. 디즈니 산하 연구조직인 디즈니 리서치(Disney Research)는 이러한 노력의 일환으로 신경 회로망 기술을 동원해 관객들의 표정을 분석하고 이를 바탕으로 영화에 대한 관객의 선호를 예측하는 솔루션을 적용하고 있다. 디즈니 리서치는 관객들의 표정을 통해 영화에 대한 반응을 파악하는, 일명 FVAEs(factorized variational autoencoders) 솔루션을 통해 영화 초반부에 관객들의 표정을 분석하고 이를 바탕으로 영화 전체에 대한 관객의 반응을 예측한다.





디즈니 리서치는 <빅 히어로 6(Big Hero 6)>, <정글북(The Jungle Book)>, <스타워즈: 깨어난 포스(Star Wars: The Force Awakens)> 등 총 9편의 영화에 대해 150회의 상영 일정 동안 적외선 카메라로 관객들의 얼굴을 모니터링했다. 신경망 기술 시스템은 관객들 사이에 공통되는 표정들을 서로 연관시킴으로써 몇 분 분량의 표정 데이터를 확보하고, 광범위한 표정 데이터를 학습한 다음 관객들이 영화 전체에 대해 어떻게 반응할 것인지 파악하는 것이 가능하다. 이러한 인공지능 솔루션은 얼굴 인식과 몸짓 판독 기술을 사용해 관객들이 영화의 내용에 얼마나 공감하고 몰입하는지 파악함으로써, 관객 반응을 반영한 새로운 영화 기획이나 마케팅 메시지 개발 등에 활용할 수 있다.

4. 맺음말

미디어·콘텐츠 분야에서도 인공지능이 차지하는 영역이 넓어지고 있다. 특히 ‘영화의 흥행’ 예측이라는 분야에서는 인공지능이 더 나은 의사 결정을 내릴 수 있을 것이라는 믿음이 퍼지고 있다. 실제로 앞선 사례와 같이 영화의 흥행을 예측함으로써 제작자에게 정확한 정보에 입각한 투자 계획을 세우도록 도움을 주고 있다.

그러나 이러한 종류의 통계적 접근에는 근본적인 결함이 있다는 지적도 제기되고 있다. 인공지능은 “데이터로 포착할 수 있는 것만 다루게 되므로” 다른 미묘한 차이에 대해서는 감지하기 못하기 때문이다. 예컨대, 20세기 폭스(20th Century Fox)가 제작한 <타잔의 전설(The Legend of Tarzan)>의 경우, 2017년 개봉작인 슈퍼히어로 영화 <로건(Logan)>에서 인공지능이 추출한 “숲”, “나무”, “빛”과 같은 흥행 키워드를 근거로 <로건(Logan)> 팬들로부터 큰 인기를 끌 것으로 예측됐으나 실제로는 그렇지 않았다. 반면 <앤티맨(Ant-Man)>과 <데드풀2(Deadpool2)>와 같은 영화는 실제로 <로건> 팬들 사이에서 인기를 끌었지만, 인공지능은 이를 예측을 해내지 못했다.

또한, 할리우드 영화 제작사들 중에서 인공지능을 활용해 영화의 스토리, 캐스팅, 마케팅 등을 결정하는 정책에 반대하는 의견도 적지 않다. 창작 활동으로서의 영화 엔터테인먼트 본질에 대한 질문이 제기되고 있기 때문이다. 인공지능 기술 업체들도 이러한 우려를 의식하여 영상 기획 프로젝트의 창의적인 측면은 건드리지 않는다는 점을 강조하고 있지만 영화 제작에서 가장 중요한 요소들이 사전에 차단당할 가능성에 대한 우려는 쉽게 가라앉지 않고 있다.

실제로 인공지능 솔루션이 스크립트나 스토리의 변경, 영상 촬영 방식 등에 대해서는 제안하지 않지만 캐스팅 변경과 같은 민감한 내용을 다루고 있다는 점은 비판의 대상이 되고 있다. 이러한 기술이 마케팅 및 배급 결정 등에만 제한적으로 사용될 것이며 알고리즘이 의사결정 과정을 전적으로 지배하게 되지는 않을 것이라는 설명에도 불구하고 알고리즘이 제작 과정 전반에 영향을 미칠 것이라는 지적도 나오고 있다.

영화라는 창작물을 통해 세계를 보는 새로운 시각을 모색하거나 배우들의 장인정신이 담긴 연기를 보는 대신 수익성에만 초점을 둔 익숙한 스토리와 컴퓨터 그래픽에 의존한 가짜 연기가 편만해질 가능성도 배제하기 어렵다는 비판도 힘을 얻고 있다. 박스 오피스 수익을 극대화하기 위해 기획된 프랜차이즈 영화가 많을수록 영화의 품질은 저하되기 쉬우며, 알고리즘에 기반을 둔 제작 방식은 이러한 경향을 더욱 강화할 수 있기 때문이다.

또한, 머신러닝 기반의 알고리즘은 과거의 데이터를 학습하므로 근본적으로 보수적이라는 점을 고려할 필요가 있다. 미래의 문화적 환경이나 취향의 변화에 대해서는 설명하기 어렵다는 것이다. 이러한 문제는 인공지능 기술 자체에 내재된 것으로 다른 산업 분야에도 영향을 미칠 수 있지만 특히 관객의 공감과 사회적 관심이 중요한 영화 비즈니스에서는 매우 중대한 도전 과제가 될 수 있다. 할리우드 영화계가 인공지능과 데이터 분석 기술을 적용하는 경우에도 영화는 여전히 ‘사람들에 의해 만들어지고 사람들을 위해 사람들의 이야기를 하고 있다는 점을 기억해야 한다’는 지적이 나오는 것도 이런 맥락이다.

따라서 인공지능 시스템을 적용할 경우 통합적(holistic) 접근 방식이 필요할 것으로 보인다. 이를 위해서는 인공지능이 “때로는 사람들의 생각을 뒷받침해 주고, 때로는 반론을 제기한다”는 말을 기억할 필요가 있다. 인공지능이 제안한 시나리오, 배우 캐스팅, 개봉 일정, 마케팅 메시지의 내용 등은 영화 흥행을 위한 청사진으로서, 전통적인 방식으로는 미처 생각하지 못했을 새로운 대안에 대해서도 검토해야 할 동기를 부여할 수 있다. 그러나 인공지능을 활용한 분석 결과가 결코 절대적이거나 최종적인 결론이 되기 어려우며, 영화 제작의 아이디어를 검증하고 관객에 대한 이해를 넓히는 보완적 역할에 머무를 가능성이 있다.



인공지능 시스템이 불확실한 미래에 대한 통제력을 강화함으로써 할리우드 제작사에 기회를 제공할 것인지, 인간의 창의력과 창작자의 자부심을 양식 삼아 지탱해온 할리우드 시스템을 위협하는 요소가 될 것인지는 아직 모른다. 하지만 인공지능이 여타 산업 분야와 마찬가지로 영화계에서도 점점 더 깊게 뿌리를 내릴 것으로 전망한다.

REFERENCE

1. '7 AI-Based Movies To Look Forward To In 2021', Analytics India Magazine, 2021.1.18.
2. 'AI Goes to Hollywood', Walter Bradley Center for Natural and Artificial Intelligence, 2020.1.11.
3. 'AI: Hollywood's Rising Star', Broadcasting & Cable, 2019.6.17.
4. 'From Deepfakes to Facial Capture: How Artificial Intelligence Is Already Changing Hollywood', Hollywood Reporter, 2020.5.13.
5. 'No, AI isn't deciding which movies to green-light', Fortune, 2020.2.25.
6. 'Top Artificial Intelligence Companies in Los Angeles', Clutch, 2021.2.4.
7. 'Understanding The Value Of Artificial Intelligence Solutions In Your Business', Forbes, 2021.1.26