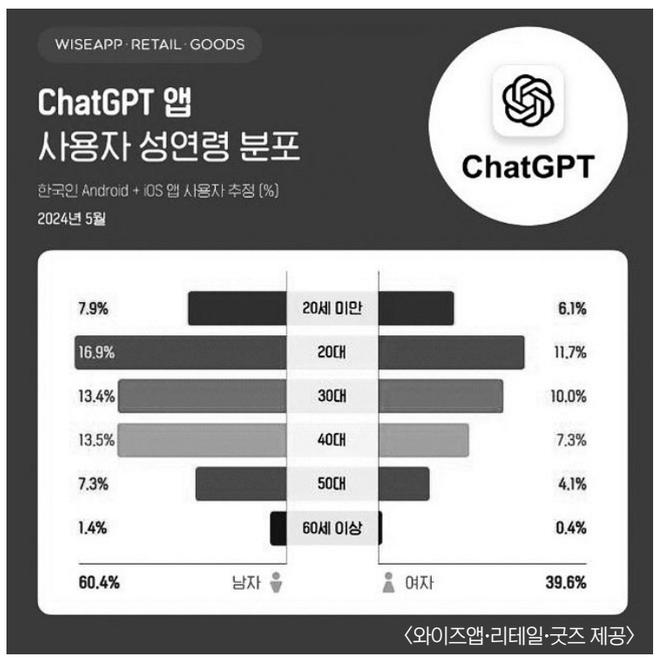
'챗GPT' 일상 속으로…20대 남성 가장 많이 사용

챗GPT 국내 이용자 315만 명 꾸준히 증가세
2030세대 전체 52% 차지…이용 시간도 늘어



〈와이즈앱·리테일·굿즈 제공〉

#데이터·전산 관련 부서에서 일을 하는 30대 공무원 김씨는 요즘 홍보 포스터와 보도자료를 만들 때 챗GPT를 활용한다. 김씨는 처음 챗GPT의 도움을 받은 이후 업무 효율이 높아져 지속적으로 사용한다고 말했다.

20대 여성 교사 강모씨는 학교에서 사업을 수행하기 전 기획서를 작성할 때 사업 취지, 목적 등을 챗GPT를 활용해 정리한다. 좀 더 격식있는 말을 찾아보는 등 업무와 개인적인 일을 할 때에도 AI를 활용한다.

#30대 프리랜서 작가 박모씨는 요즘 이동 중에 검색을 하거나 이메일을 작성을 하는 등 챗GPT 모바일 버전을 자주 쓰고 있다.

이제 AI는 일상생활에 깊숙히 들어왔다. 특히 챗GPT로 대표되는 생성형 AI의 등장으로 AI 일상화가 가속화되고 있다.

오픈AI의 대화형 챗봇 '챗GPT' 이용자가 국내에서도 가파르게 증가하며 높은 관심을 보이고 있다.

11일 앱·리테일 분석 서비스인 와이즈앱·리테일·굿즈(이하 와이즈앱)에 따르면 지난달 기준 챗GPT 어플리케이션 사용자 수는 315만 명으로 집계됐다. 235만 명이 이용했던 지난 4월보다 34.0%가 늘었다. 지난해 하반기 100만 명을 밑돌았던 수치에 비해 3배 이상 뛰었으며 증가세를 이어가고 있다.

모바일 빅데이터 기업 아이지에이웍스의 모바일인덱스가 조사한 결과에서도 지난달 챗GPT 모바일 앱 이용자는 127만 3992명을 기록하며 98만 318명이 이용했던 지난 4월보다 30.0%가 늘어난 것으로 나타났다. 특히 5월 이용자 수는 SK텔레콤의 AI 개인비서 '에이닷' 이용객 126만 1956명보다 많은 것으로 파악됐다.

와이즈앱 통계를 보면 챗GPT 이용자는 여성보다는 남성이 많고, 주로 20대와 30대가 사용하는 것으로 분석됐다. 남성이 60.4%, 여성이 39.6%로 집계됐다. 연령대별로 보면 10대가 14.0%, 20대 28.6%, 30대 23.4%로 나타났다. 40대는 20.8%, 50대는 11.4%, 60대 이상이 1.8%의 분포를 보이면서 2030세대가 전체의 52%를 차지한 것으로 조사됐다.

챗GPT의 이용 시간도 늘었다. 모바일인덱스 통계를 보면 지난달 총 이용시간은 73만 9332시간으로 4월 이용시간 47만 4668시간 보다 55.8% 늘었다. 앱을 새로 설치한 경우도 지난달 40만4570건으로 한 달 사이 47.9% 가량 증가한 것으로 조사됐다. 이번달도 첫 주에만 11만 3879건으로 상승세를 보였다.

한편, 미국의 오픈AI는 2022년 11월 챗GPT를 출시했으며 작년 5월에 아이폰(iOS)용 앱을, 7월에 안드로이드폰용 앱을 내보였다. 오픈AI는 지난달 중순 AI모델인 'GPT-4o(GPT-포오)'를 공개해 2023년 11월에 발표한 GPT-4 Turbo 이후 6개월 만에 새로운 모델을 선보였다. GPT-4o는 주로 텍스트를 통해 대화할 수 있었던 기존 모델과 달리 이용자와 실시간 음성으로 질문하고 답변을 요청할 수 있으며 인간과 유사한 응답 속도를 보였다.

/양재희 기자 heestory@kwangju.co.kr

AI걸그룹 '키지' 뮤직비디오 눈길

국민대 AI디자인학과, 챗GPT 활용 제작

온라인 걸그룹 '키지' 뮤직비디오

국민대 AI디자인학과가 인공지능(AI) 기술을 활용한 '온라인 걸그룹' 뮤직비디오를 만들어 눈길을 끈다.

6일 국민대에 따르면 지난달 27일 서울에서 열린 제5회 '국제학생미디어아트축제(ISMA) 2024'에서 '원스텝'(One Step)이라는 곡을 담은 뮤직비디오가 선보여 관객들의 뜨거운 반응을 얻었다.

국민대 AI디자인학과의 반영환 교수와 남궁기찬 겸임교수, 석·박사 연구원 4명이 올해 1월부터 공들여 제작한 이 2분 48초짜리 동영상이다.유명 가수의 뮤직비디오 수준에는 미치지 못하지만 박력 있는 드럼 비트를 앞세운 음악과 현란한 춤으로 흥을 돋우기에 부족하지 않았다.

뮤직비디오에 등장하는 AI 걸그룹의 이름은 '키지'(KI:G)이고 멤버 3명은 한·중·일 출신으로 설정됐다. 기획부터 음원 제작, 인물 생성, 디자인, 영상 편집 등 대부분의 제작 과정에서 AI 프로그램이 쓰였다. 특히 키지 멤버들의 이름을 루아(한국), 피나(중국), 엘린(일본)으로 짓는 데 대화형 AI 챗봇 챗GPT를 활용했다고 한다.

교수와 학생들이 손잡고 뮤직비디오 제작에 도전한 것은 AI의 영향력이 갈수록 커지는 사회에서 디자이너의 역할을 탐구하려는 의도가 크다.

/연합뉴스

국립광주과학관과 함께 '수요일엔 바다톡톡'

오늘부터 10월까지 총 7회 강연
갯벌·오징어·등대·소금 등 주제

국립광주과학관(관장 이정구)은 올해 처음으로 '2024 수요일엔 바다톡톡' 해양강연을 개최한다.

해양수산부가 주최하고 한국해양재단과 광주과학문화협회와 함께하는 이번 해양강연은 해양의 중요성에 대한 공감대를 확산하고 인식을 높이기 위해 기획됐다. 강연은 12일부터 오는 10월까지 총 7회에 걸쳐 수요일 오후 6시 30분부터 7시 50분까지 국립광주과학관 1층 상상홀에서 진행된다.

해양강연은 ▲제주 남방큰돌고래 ▲도요새에게 배우는 공존과 배려 ▲우리가 만드는 지속가능한 지구 ▲바닥의 사막화를 아시나요? 등 바다와 관련된 시민들의 관심이 높은 주제의 이야기가 다뤄진다. 해양전문가에게 생생한 바다 이야기를 들을 수 있다. 도입강연에서는 현직 초등학교 교사와 함께하는 만들기 체험이 준비돼 있다.

12일에는 월곡초등학교 김재광 교사와 다양한 배의 종류를 알아보고, 가벼운 물건으로 배를 만들어보는 '백업배 만들기'가 진행된다. 이후 본 강연에서는 해양동물생태보전연구소 김미연 부대표의 '자세히 봐야 보인다. 제주 남방큰돌고래!' 강연이 열린다. 해양포유류의 중요성을 함께 배우고 해양생물보전연구소와 관련된 진로를 탐색할 수 있는 시간이 마련된다.

이처럼 국립광주과학관은 올해부터 해양을 주제로 하는 다채로운 강연을 운영할 계획이다.

광주과학문화협회 이희정 이사는 "수요일엔 바다톡톡은 해양과학 연구·개발의 방향과 최신성 그리고 생생한 연구 사례를 학생들의 진로 탐색 및 교육과 연계한 프로그램"이라며 "바다는 우리 모두의 터전이자 무한한 가능성을 가진 소중한 자원으로 강연을 통해 바다에 대해 생각해 보는 뜻깊은 시간이 되길 바란다"고 말했다.

'수요일엔 바다톡톡'은 국립광주과학관 누리집에서 150명 선착순 온라인 사전예약 후 참석이 가능하며, 어린이부터 성인 누구나 무료로 참여할 수 있다.

/양재희 기자 heestory@kwangju.co.kr

■ 해양전문가의 생생한 바다이야기

일자	주제	강연자
6월12일	백업배 만들기 자세히 봐야 보인다. 제주 남방큰돌고래!	김재광 김미연
5월18일	갯벌탐사대! 넌 누구니? 세계문화유산! 갯벌의 가치	손준호 김종성
7월10일	멋쟁이 등대 도요새에게 배우는 공존과 배려	최미진 김 준
7월24일	업사이클링 드림캐처 우리가 만드는 지속가능한 지구	김보미 채지연
8월28일	신비한 바다 탐험 해양 구조물 건설을 위한 해저 지질조사	김영형 장용채
9월11일	회전하는 소금물 바다의 사막화를 아시나요?	김태환 백상호
10월23일	오징어 너! 속 보인다 뇌과학자가 들려주는 낙지 이야기	배효선 조선미

쏠쏠 IT 정보

LGU+ 알뜰폰 공용 유심 '원칩' 전국 철도역 스토리웨이서 판매

LG유플러스는 알뜰폰 공용 유심 '원칩'을 전국 철도역 내 '스토리웨이' 편의점 240개점에서도 판매한다고 9일 밝혔다.

원칩은 선·후불 관계없이 40여개 U+알뜰폰 사업자 요금제, 공식 온라인몰 '유플러스닷컴'의 다이렉트 요금제, 통신 라이프스타일 플랫폼 '너겟' 요금제를 개통할 수 있는 U+ 공용 유심이다.

현재 전국 이마트24 편의점과 지하철역 자판기 등 오프라인 채널과 쿠팡, 네이버 등 온라인 플랫폼을 통해 판매되고 있다. LG유플러스는 오는 30일까지 스토리웨이에서 원칩을 구매한 후 공식 U+알뜰폰 온라인몰 '알닷'에서 5000원 이상 요금제로 자가 개통하는 고객에게 스타벅스 아메리카노 쿠폰과 맥도날드 베이컨 에그 맥머핀을 증정하는 이벤트를 진행한다. /연합뉴스

KT '프리미엄 가족결합' 확대

KT가 '프리미엄 가족결합' 상품의 결합 가능 회선 수를 기존 5회선에서 7회선으로 확대했다고 3일 밝혔다. 프리미엄 가족결합은 가족 가운데 월 7만7000원 이상 모바일 요금제가 2회선 이상이면 결합할 수 있다

. KT는 부모와 함께 결합을 희망하거나 자녀가 많아 5회선만으로는 부족하다는 고객 수요를 만족하기 위해 회선을 늘렸다고 설명했다.

KT는 또 공식 온라인 채널 KT닷컴에서 밀리의 서재 e북(전자책) 리더기와 구독권을 결합한 구독 팩을 12개월(월 2만900원)과 24개월(월 1만4400원) 구성으로 단독 출시했다. KT는 출시를 기념해 구독 팩 가입 고객 선착순 100명에게 전자책 페이지 넘김 등의 기능을 제공하는 블루투스 리모컨을 제공한다. /연합뉴스

카카오페이 '카페이백' 프로모션

카카오페이는 오프라인 매장에서 카카오페이 앱을 이용해 카카오페이머니로 결제할 때마다 결제금액의 최대 3%를 카카오페이포인트로 적립해 주는 '카페이백' 프로모션을 오는 8월 말까지 진행한다.

이용자가 오프라인 매장에서 카카오페이앱을 통해 카카오페이머니로 결제하면 결제 금액의 0.5%가 카카오페이포인트로 기본 적립된다. 전월 3000원 이상 금액을 12회 이상 결제해 카카오페이 앱 실적 조건을 충족한 경우 포인트 적립률이 2%까지 올라간다.

실적 조건을 충족한 사용자가 직전 달 카카오페이로 오프라인에서 가장 많이 이용한 브랜드 한 곳은 '최애매장'으로 선정되며 카카오페이 앱을 통한 카카오페이머니 결제 시 적립률이 3%에 달한다. 카카오페이포인트 적립 한도는 월 3만원이다.

/연합뉴스

조선의 시인 아홉번째 시집

지 은 이 | 조선의
펴 낸 곳 | 도서출판 상상인 ☎ 02-747-1367

담양에서 길어 올린 아름다운 시편들의 향연

담양, 인향만리 죽향만리

"이 시집은 담양을 사랑하는 조선의 시인이 몸소 시가 된 담양의 헌사가 아닐까."

이성혁(문학평론가)

시인의 말

과거가 / 미래를 향해 / 현재에 살아 있는 곳
담양은 / 말로만 듣는 것보다 / 직접 와서 보면 안다
왜 다시 오고 싶은지

조선의

농민신문 신춘문예, 기독 신춘문예, 미션21 신춘문예 당선
송순문학상, 신석정촛불문학상, 신성문학 대상 등 수상

시집 『빛을 소환하다』, 『꽃, 향기의 밀서』,
『꽃으로 오는 소리』, 『아직 도달하지 않은 입의 문장』 등 발간

〈시꽃피다〉 광주 시창작 강사
서울 성동구 평생교육원 시창작 강사
〈시꽃피다〉 전북지역 시창작 강사
담양문화원 시쓰기 강사