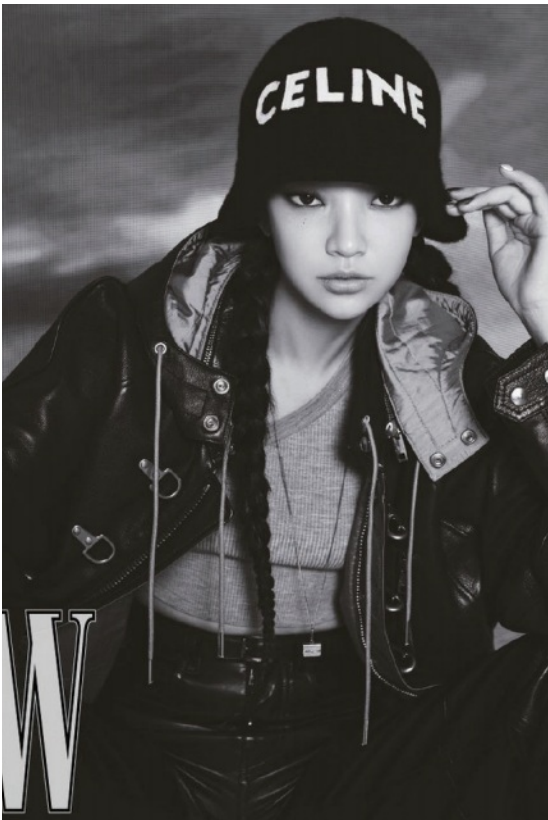


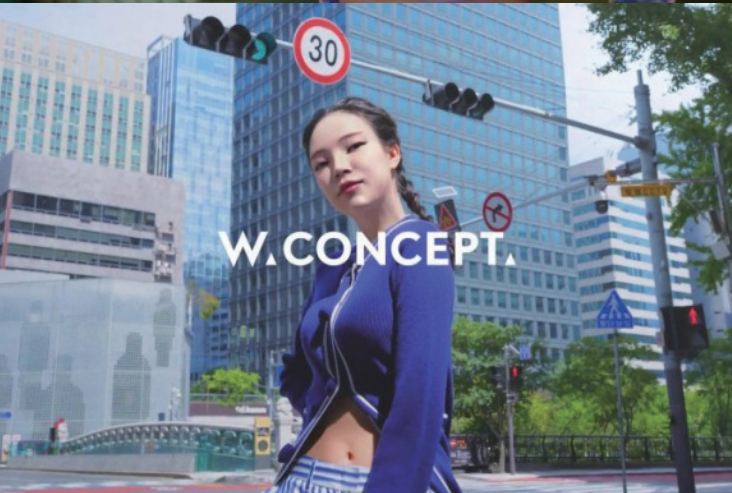
가상혁명의 아이콘, 로지

디지털 시대의 광고와 문화 현상 그리고 미래

글 | 백승엽 LOCUS-X 대표 sybaik@locus-x.com



대한민국 최초
버추얼 인플루언서
로지 등장과
버추얼 휴먼 신드롬 현상



로지 광고 캠페인

2021년, 신한라이프 CF 광고를 통한 버추얼 인플루언서 로지의 데뷔는 단순한 광고 이상의 문화적 현상을 일으켰다. 코로나19 팬데믹 상황에서 대중은 버추얼 휴먼 로지를 통해 새로운 형태의 연결과 소통을 경험했으며, 이는 전통적인 광고 전략에 새로운 방향을 제시했다.

로지의 성공적인 광고모델 데뷔는 대중에게는 호기심을, 그리고 100여개가 넘는 국내외 주요 언론의 큰 주목을 받으며 기존 빅모델 위주의 광고 전략에 중요한 변화를 가져왔다.

로지의 다양한 활동과 지속적인 관심 유지

로지는 광고 모델을 넘어 드라마 출연, 화장품 브랜드 런칭, 음반 출시 등 다양한 분야에서 2021년 출시 이후 연간 20억 이 넘는 매출을 올리며 활발한 활동을 펼쳤다. 이러한 활동들은 가상 인간이 문화 산업 전반에 미치는 영향을 보여줌과 동시에 가상 인간의 영향력을 실증했다. 로지는 가상 인간이 광고뿐 아니라 다양한 문화적 분야에서 중요한 역할을 할 수 있음을 증명했다.

엔데믹 이후 버추얼 휴먼에 대한 관심의 감소

그러나 로지의 성공 이후, 수많은 버추얼 휴먼들이 우후죽순 시장에 등장했지만 그들 중 대부분은 로지와 같은 주목을 받지 못했다. 엔데믹 상황으로 인해 전반적으로 버추얼 휴먼에 대한 대중의 관심은 감소했다. 대중의 일상이 점차 정상화되면서 디지털 공간에서의 대체 경험에 대한 수요가 줄어들었고 많은 버추얼 휴먼들이 참신함과 독창성을 제공하지 못했다.

버추얼 휴면을 활용한 콘텐츠 제작의 한계점 노출

또한 버추얼 휴면을 활용한 콘텐츠 제작은 많은 잠재력을 지녔음에도 불구하고 중대한 제약을 가지고 있었다. 그것은 바로 제작 비용과 제작시간 효율성의 문제다. 전통적으로 사람 모델을 활용하는 콘텐츠 제작 과정은 상대적으로 빠른 속도로 진행될 수 있었지만, 버추얼 휴면을 이용한 콘텐츠 제작은 그에 비해 기술적 부분이 추가되어야 하는 관계로 상당한 시간이 소요되었다.

이로 인해 광고 산업의 급변하는 트렌드와 신제품 런칭 시점에 발 빠르게 대응하기 어려운 상황이 발생하여 광고에서의 활용도 점차 감소할 수밖에 없었다. 이러한 상황들로 버추얼 휴면의 존재감은 대중들의 관심 밖으로 점차 사라져갈 수밖에 없었다.

생성형 AI로 무장한 버추얼 휴면의 밝은 미래 전망

최근 생성형 AI 기술의 도입과 발전으로 이러한 상황에 근본적인 변화가 일어나고 있다. 생성형 AI는 데이터 기반의 학습과 알고리즘을 활용하여 버추얼 휴면을 통한 콘텐츠 제작 과정을 자동화하고 최적화한다. 이는 기존에 수동적이고 시간이 많이 소요되던 과정을 현저하게 가속화시키는 결과를 가져오고 있다.

특히 이러한 기술의 도입은 하루에도 100여 개 이상의 콘텐츠를 생산할 수 있는 능력을 의미한다. 이는 광고 산업에 있어서 획기적인 변화로, 빠른 시장 변화와 신제품 런칭에 적시에 대응할 수 있는 유연성을 제공한다. 더 이상 버추얼 휴면을 활용한 콘텐츠 제작이 시간적 제약으로 인해 뒤쳐지지 않게 되었으며, 오히려 이를 통해 광고 콘텐츠의 다양성과 창의성을





더욱 신속하게 확보할 수 있게 되었다.

생성형 AI의 이러한 역할은 단순히 콘텐츠 제작 속도를 가속화하는 것을 넘어서, 광고 콘텐츠의 품질과 관련성 그리고 타겟팅의 정확성을 높이는 데에도 기여하고 있다. 이는 광고 산업에 있어서 경쟁 우위를 확보하는 중요한 요소가 된다. 또 광고주와 콘텐츠 제작자 모두에게 더욱 효과적이고 효율적인 광고 전략을 구사할 수 있는 새로운 기회를 제공하게 될 것으로 기대된다.

결론적으로 생성형 AI의 도입은 버추얼 휴먼을 활용한 별도의 모델없이도 광고 콘텐츠 제작의 패러다임을 전환하고 있다. 이는 광고 산업에 있어 시간적, 공간적 제약을 극복하고 더욱 민첩하고 효과적인 광고 전략을 구현할 수 있는 길을 열어주고 있다.

광고 산업에서의 버추얼 휴먼의 역할

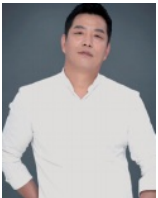
버추얼 휴먼은 광고 캠페인에서 다양한 역할을 수행할 수 있다. 예를 들어 맞춤형 콘텐츠 제작을 통해 특정 타겟 오디언스에게 더욱 직접적으로 다가갈 수 있으며 AI의 데이터 분석 능력을 활용하여 광고의 효율성을 극대화할 수 있다. 또한 버추얼 휴먼은 시간과 공간의 제약을 받지 않아 광고 콘텐츠의 다양성과 창의성을 향상시키는 데 기여한다.

이러한 기술적 진보와 버추얼 휴먼의 등장은 광고 산업이 직면한 여러 도전에 대응하는 새로운 기회를 제공하게 될 것이다. 광고계는 이러한 변화를 주목하고 새로운 광고 전략을 수립하여 디지털 시대의 소비자와 더욱 효과적으로 소통해야 한다. 생성형 AI와 버추얼 휴먼의 결합은 광고의 개인화, 창의성, 그리고 효율성을 향상시키는 동시에, 브랜드와 소비자 간의 감정적 연결을 강화할 것으로 기대된다.

글을 맺으면서

생성형 AI를 활용한 크리에이티브 영역의 확장은 광고 산업에 새로운 전환점을 제시하고 있다. 이러한 기술적 변화와 혁신은 광고계가 미래의 광고 전략을 재고하고 새로운 광고 모델을 개발하는 데 중요한 역할을 할 것이다. 따라서 광고 산업은 이러한 변화를 주목하고 기술적 진보와 창의적인 접근을 적극적으로 수용해야 할 필요가 있다.

생성형 AI의 기술적 진보는 가상 인간이 광고 산업에서 뿐만 아니라 문화, 엔터테인먼트 산업에서도 중요한 역할을 할 수 있음을 시사한다. 가상 인간에 대한 전망은 매우 긍정적이며 광고계는 이러한 기술적 진보와 창의적인 콘텐츠 전략에 주목해야 한다.



필자 | 백승엽

‘로지’를 제작한 LOCUS-X의 대표이며 ‘로지의 아버지’로 잘 알려져 있다. 현재는 AI기술과 창의성을 결합한 새로운 형태의 혁신적인 ‘가상인간’ 콘텐츠를 시장에 선보이며 주목받고 있다.



LOCUS-X