

ISSUE No.18

# DIGITAL SIGNAGE 2023 4Q. TREND REPORT

01 시장동향 및 핫이슈

| 02 레퍼런스



# INDEX

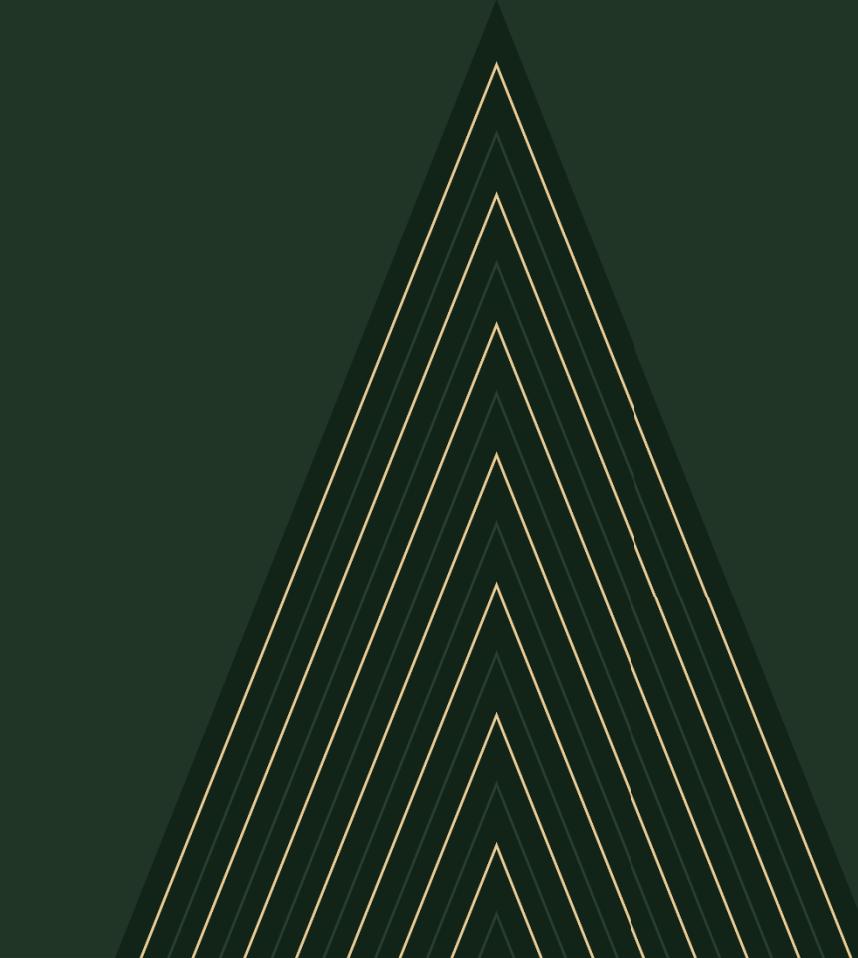
---

## 01 시장 동향 및 핫이슈

IT · 신기술 · ESG  
디지털 옥외광고  
전시 · 콘텐츠  
인스톨레이션

## 02 레퍼런스

최신 인스톨레이션  
옥외광고 사례  
전시 · 콘텐츠 사례



# 01

## 시장 동향 및 핫이슈

IT · 신기술 · ESG

디지털 유통광고

전자 · 콘텐츠

인스톨레이션

IT · 신기술 · ESG

## 2023 전략 기술 트렌드 결산

2022년 말 Chat GPT 공개되기 전, 가트너가 예측한 2023년 10대 키워드에 ‘생성형 AI’는 없었지만 슈퍼앱, 적응형 AI, 메타버스 등의 기술은 성과가 직관적으로 드러났다.

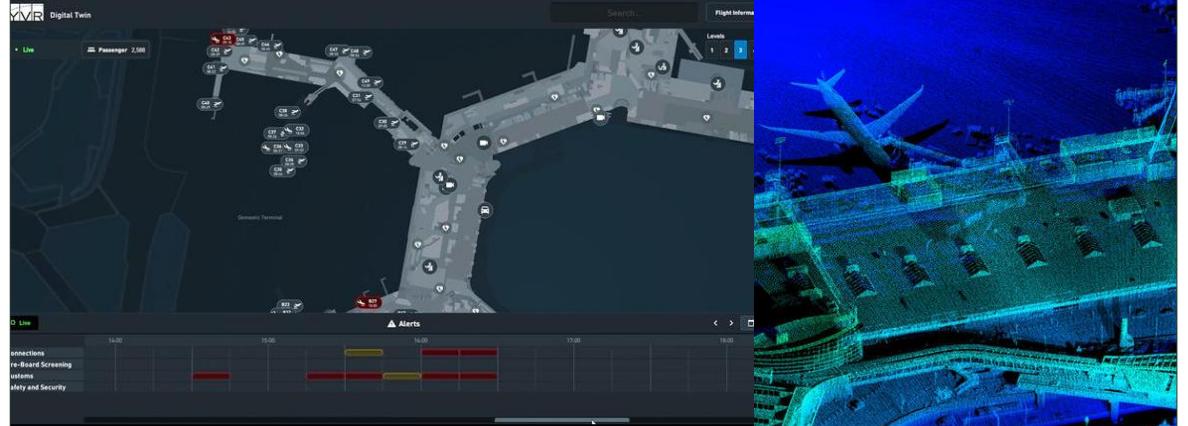
### ◆ 슈퍼앱 (Superapps)



사진 : [좌]셔터스톡, [우]X 제품 디자이너 앤드류 콘웨이 계정 캡처

- 슈퍼앱은 다양한 서비스를 하나의 플랫폼 또는 앱 내에서 통합하여 제공하는 혁신적인 개념
- 2010년 블랙베리 창업자인 마이크 라자리디스가 처음 제시한 단어로 2023년부터 본격적으로 주목을 받음
- 특히 트위터는 X로 이름을 바꾸고 슈퍼앱으로 전환을 시도하며 메시징, 비디오, 결제 등의 모든 서비스를 결합한 애브리싱 앱으로 전환할 계획을 밝혔고 많은 기업이 슈퍼앱에 주목
- 국내 대표 슈퍼앱은 네이버, 카카오, 토스를 필두로 배달의민족, 당근, 쏘카 등

### ◆ 메타버스 (Metaverse)



출처 : Unity 홈페이지

- 메타버스 인프라를 실현할 하드웨어 기술력의 부재로 관련 하드웨어 산업이 주춤했으나, 디지털트윈 (Digital Twin) 기술과 같이 산업용 소프트웨어가 크게 발전하며 주목
- 디지털트윈(Digital Twin) 기술은 현실 시물과 똑같은 3D 모델을 가상 현실 속에 만들고, 시뮬레이션으로 결과를 예측하거나 효과적인 작업 환경을 구성할 수 있어 벤쿠버 공항은 3D, VR, 위치추적, 인구 흐름 분석 등의 AI 도구를 활용해 지역 데이터를 디지털 트윈과 통합해 효율적인 경로 생성과 운영 개선을 이룸

IT · 신기술 · ESG

## 2023 최고의 이슈 '생성형 AI'

올해 최고의 이슈였던 Chat GPT를 필두로 '생성형 AI'는 매우 빠르게 진화하고 있는 기술  
급격한 기술 발달과 시장의 변화에 대응하기 위해 각 기업은 산업별 적용을 위한 적극적인 시도 중이다.

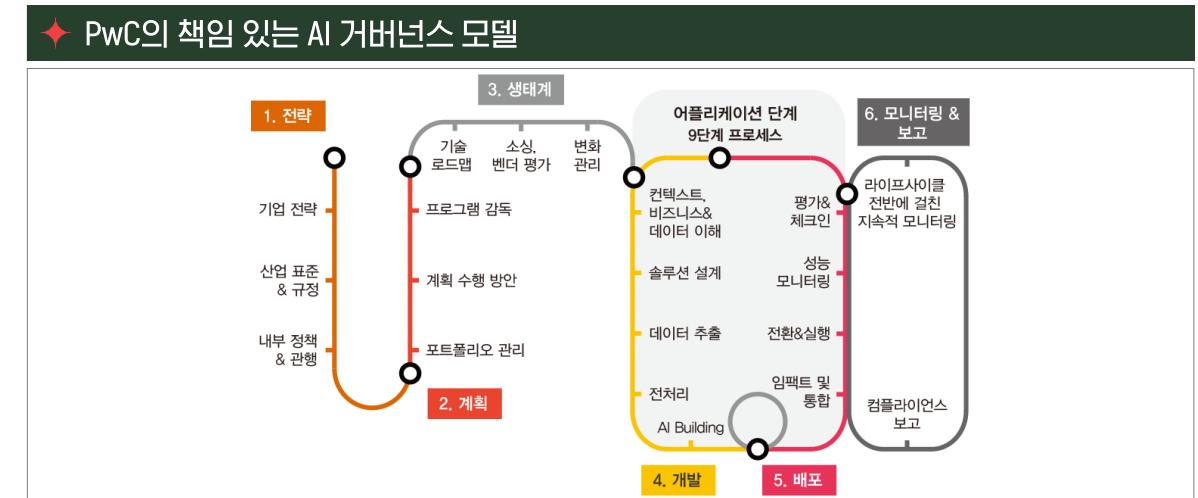
### ◆ AWS X 암전 '생성형 AI로 첨단 치료법 개발 지원'



사진: 게티이미지뱅크

- 심각한 질병으로 고통받는 환자들을 위한 의약품 발견과 개발, 제조 처리량 증진을 지원하는 생성형 AI 솔루션 개발에 AWS와 암전이 협력
- 암전은 AWS의 안정적인 글로벌 인프라와 첨단 서비스를 통해 24년 미국 오하이오주 콜럼버스 지역에 오픈하는 새로운 최첨단 의약품 제조 및 최종 제품 패키징 시설에 머신러닝 모델을 구축하고 운영 효율성과 지속 가능성 to 높일 계획

### ◆ PwC의 책임 있는 AI 거버넌스 모델



출처: PwC

- PwC 글로벌 네트워크는 기술 주도의 혁신 서비스 제공을 목표로, 오픈AI·MS·구글 등과 파트너십을 맺고, 3년간 20억달러 이상을 AI 솔루션 개발에 투자할 계획
- 심일PwC는 국내 회계업의 특성을 반영하고자 생성형 AI 전문가를 영입하여 자체 생성형 AI 모델인 '챗원'을 개발 중이며, 고객 대상 서비스를 지원하는 AI 어시스턴트로 활용할 예정
- AI 활용으로 업무 효율을 극대화하여 회계사가 중요한 감사 이슈에 집중하여 감사 품질을 높이려는 구상

IT · 신기술 · ESG

# 2024 전략 기술 트렌드 예측

가트너 발표한 2024년 10대 전략기술에서 'AI 기술'과 관련된 키워드가 다수 포함되며, 앞으로도 AI의 영향력이 높을 것으로 예상  
또한 2023년과 중복되는 키워드로 다시 한번 발표하며, 기술 트렌드가 성숙기 단계로 접어들고 대중화되는 시기임을 표현하였다.

## ◆ 2024년 전략 기술 트렌드 10

23년과 중복 키워드

● AI 관련 키워드

- 01 AI 신뢰, 리스크 및 보안 관리
- 02 지속 가능한 기술
- 03 플랫폼 엔지니어링
- 04 산업 클라우드 플랫폼
- 05 보편화된 생성형 AI
- 06 지능형 애플리케이션

### ★ 대표 키워드

- 07 지속적인 위협 노출 관리
 

기업의 디지털 및 물리적 자산의 접근성, 노출 및 악용 가능성을 지속적이고 일관되게 평가하는 실용적이고 체계적인 접근방식
- 08 AI 증강 개발
 

소프트웨어 엔지니어가 애플리케이션을 설계, 코딩, 테스트할 때 생성형 AI, 머신 러닝과 같은 AI 기술을 활용하여 기업의 비용 절감 효과 및 빠른 의사결정을 도움
- 09 증강-연결된 인력
 

지능형 애플리케이션과 인력 분석을 통해 인간 근로자의 가치를 최적화하고 경험, 복지 및 자체 기술 개발 능력을 지원하는 환경 제공 및 비즈니스 성과를 창출
- 10 기계 고객
 

지능형 SW와 HW 기계가 고객 역할을 하게 될 것이며, 기계 고객이 자율적으로 협상하고 대가를 지불해 상품과 서비스를 구매할 수 있는 비인간 경제 행위자 역할을 수행  
AI를 기반으로 개별 고객의 요구 사항을 정확하게 이해하고 대응 가능

IT · 신기술 · ESG

# 2024년 생성형 AI 트렌드

세계적인 인공지능 및 분석 선두 기업인 SAS에서 2024년의 AI 시장 전망을 발표

AI의 주요 트렌드와 비즈니스 및 기술 발전을 예측하고, 각 산업에서 AI 활용과 사회적·경제적 영향에 대한 깊이 있는 인사이트를 제공하였다.



## ◆ 2024년 AI시장 및 기술 전망

- |    |                                     |    |                           |
|----|-------------------------------------|----|---------------------------|
| 01 | 생성형 AI·산업별 AI 전략 강화                 | 07 | 디지털 트윈 도입 가속화             |
| 02 | AI 활용 새로운 일자리 창출                    | 08 | 보험업계, AI로 기후 위기 대처        |
| 03 | 책임감 있는 AI 마케팅 강화                    | 09 | 정부 내 AI 중요성 확대            |
| 04 | 금융권, AI로 증가하는 사기 범죄 대응              | 10 | 생성형 AI로 환자 치료 개선          |
| 05 | CIO, 쉐도우 AI(Shadow AI) 문제 직면        | 11 | 신중한 AI 적용이 보험사의 성패를 좌우할 것 |
| 06 | 새로운 첨단 기술로 멀티모달 AI와 AI 시뮬레이션이 부상할 것 | 12 | 공중 보건 부문에서 학계의 AI 활용 폭 증가 |

IT · 신기술 · ESG

## ESG의 활성화 그리고 지금…

최근 몇 년간 광풍이 불었던 ESG, 투자 위험을 관리하기 위해 등장한 개념에서 지금은 모든 것이자 아무것도 아닌 것이 되었다.

### Everything



- ‘환경과 사회, 거버넌스를 고려한 기업의 비즈니스 의사 결정’을 설명하는 용어
- 2015년 COP21[유엔기후변화협약 당사국총회], 세계 196개국은 2050년까지 탄소 순배출량을 ‘0’으로 만든다(net zero/넷제로)는 목표를 밝혔다.
- 전 세계적 기업들은 넷제로 목표에 맞춰 각자의 야심찬 캠페인을 쏟아냈고 특히, 녹색 에너지 전환과 화석연료 부문 투자 회수가 자주 포함됐다.

### Nothing



- ‘구체적인 의미 없이 포괄적인 캐치프레이즈’가 돼 버린 용어
- ESG 운동의 취약점이자 어떤 측면에서는 이 운동의 몰락을 촉진한 원인으로 볼 수 있다.
- 서로 어울리지 않는 단어들을 하나로 묶다 보니 용어의 뜻이 모호해지고 실제 적용 어려워져…
- 명확한 정의와 현실적인 실천 방안의 부재로, 사람마다 ESG를 다르게 받아들여 진다.

IT · 신기술 · ESG

# ESG 해야 하나? 해야 한다

법 · 규제 수준 이상의 환경, 노동, 안전 시스템을 갖추기 위해서는 투자가 필요하다.

상대적으로 자금 여력이 부족하고 하면 좋은 일이 아니라, 해야 하는 일에만 집중해야 하는 중소기업에게는 더더욱 부담으로 다가온다. 그럼에도 ESG경영은 반드시 해야 한다.

## ◆ 거부할 수 없는 대세 ESG, 반드시 해야하는 이유는?

01

### 금융감독 정책의 변화

- 2015년 G20에서는 금융기관이 기후리스크 관리 시스템을 구축함과 아울러 해당 시스템의 운영을 위해 필요한 투자 및 대출대상 기업의 기후정보 공시하도록 요구

02

### 조달 정책의 변화

- 미국 연방조달청은 최근 계약 규모 500만달러(약650억원) 이상 기업은 온실가스 배출량 등 위험관리 정보를 CDP를 통해 제출 요구 및 감축목표 수립 요구
- 유럽의 공급망실사지침(CSDDD) 도입과 국내 대기업의 공급망 관리 정책 변화로 1,000개 이상의 국내 중견중소기업이 이미 대응 중

03

### 미·중 무역전쟁

- 모든 전쟁에는 명분이 필요하다. 그 가운데 인권과 기후변화는 미국이 중국을 견제하기 위한 가장 널리 활용되는 명분으로 최근 EU도 무역규제 강화 중

출처: 중소기업뉴스

## ◆ ESG 캠페인

- 티머니, 사회적 기업 트리플래닛과 '2023년 교실 숲 조성 캠페인' 진행
- 티머니GO 회원들이 누적 이동거리 2,050만Km를 달성할 때마다 서울 초등학교 1개 학급에 교실 숲 조성

출처: 위피레이터



- 누적 회원 수 증가로 지난 9월 27일 51.25Km 초과하여 연내 목표 이동거리를 조기 달성
- 총 저감 탄소량, 16억 5,500만 톤으로 서울시 총 10개 학교 250학급에 교실 숲 조성

출처: 티머니 공식 블로그

## 디지털 옥외광고

# 핀포인트 타겟팅 시대의 도래

광범위한 플랫폼에도 적용할 수 있는 정교한 타겟팅과 기술 발전으로 ‘핀포인트 타겟팅’ 시대의 시작

불특정 다수에게 노출하는 것으로 인식되었던 옥외광고(DOOH)는 디지털을 만나 세밀한 타겟팅이 가능한 DOOH로 발전하고 있다.

### ◆ DOOH의 타겟팅 예시



출처: 하이브스택

### ◆ 택시 상단에 설치된 DOOH



출처: 모토브

- 머신러닝, 생성형 AI의 등장으로 마케팅과 광고 시장에도 초개인화 시대가 시작
- 특히 디지털 광고와 달리 MASS 타겟 중심으로만 노출된다는 인식이 깔려있던 옥외광고는 디지털과 결합되면서 새로운 변화가 발생
- 하이브스택은 데이터를 기본으로 지역과 시간에 따라 변화하는 유동인구를 추적하고, 상세한 데이터를 통해 효과적인 타겟팅이 가능해지며, 적합한 광고를 지면에 노출하는 과정을 자동화하여 효율성도 확보
- 모토브는 장소를 다양하게 이동하는 교통수단인 택시의 특성을 활용하여, 특정 위치에 접근 시 해당 장소의 특성과 타겟팅을 통한 광고 및 정보를 송출, 또한 시간에 따라 다양한 콘텐츠로 변경하여 더욱 세분화된 타겟팅이 가능해 정교하고 효율적으로 변화

디지털  
옥외광고

## 2024 트렌드코리아 10대 소비 키워드

소비자들의 니즈가 점점 더 세분화되며, 한가지로 정의하기 어려워진다.  
D00H에서도 니즈를 충족하기 위해 유동적인 대응을 위한 AI 기술들의 접목이 중요하다.

### ◆ 트렌드코리아 소비 키워드 10

01	분초 사회	02	호모 프롬프트	03	육각형 인간	04	버라이어티 가격 전략	05	도파밍
시간을 아끼고 밀도 높게 사용 극도의 효율성을 추구	인공지능은 활용하는 도구 AI시대 인간의 판단 능력이 중요	노력으로 성취할 수 없는 요소를 포함한 완벽한 인간을 추구	가격이 플랫폼이나 시간에 따라 달라지는 현상	도파민+파밍으로 짧고 자극적인 숏폼 콘텐츠를 끊임없이 추구					
06	요즘남편 없던아빠	07	스핀오프 프로젝트	08	디토 소비	09	리퀴드풀리탄	10	돌봄 경제
밀레니얼 세대의 젊은 아빠 가정을 중시하는 남성상	직장 밖에서 시도해볼 수 있는 사이드 프로젝트	인플루언서 등 유명한 타인이나 콘텐츠를 따라 소비하는 흐름	광역 교통 발달로 물 흐르듯 이동하는 유목적 라이프스타일	경제의 수단으로 돌봄 시스템이 중요					

## 전시 · 콘텐츠

# 2024 콘텐츠 산업 트렌드

한국콘텐츠진흥원이 '콘텐츠 산업 2023 결산 2024 전망 세미나'에서 '퍼플오션'을 위한 8가지 키워드 제시하였다.  
 '뉴트라이앵글'은 8가지 키워드 중 하나로 K-콘텐츠 수출 다변화를 위한 지리적-전략적 삼각구도를 뜻한다.

## ◆ 2024 콘텐츠 산업 전망 키워드

### 01 퍼플 오션

글로벌 경기 침체 경쟁 심화의 어려움  
 (레드오션) 속 새로운 기회와  
 가치(블루오션)를 만드는 콘텐츠 산업

### 02 뉴트라이앵글

K-콘텐츠의 수출 다변화를 위한  
 지리적-전략적 삼각구도

### 03 UR(Unlimited Reality) 콘텐츠

기술로 구현하는 무한한 세계,  
 압도적인 몰입감이 있는 콘텐츠

### 04 챗 크리에이터

기술과 콘텐츠 창·제작 능력을  
 동시에 겸비한 전문인력

### 06 콘화위복

콘텐츠플레이션\* 극복 전략,  
 콘텐츠로 전화위복

### 07 입체적 IP 시점

장르 확장을 넘어  
 일상으로 파고든 콘텐츠 IP

### 08 콘덕

진심으로 콘텐츠를 좋아하는  
 이용자나 행위를 의미

### 09 기후행동

기후위기에 대응하는  
 친환경 콘텐츠 행동

\*콘텐츠플레이션: 콘텐츠+인플레이션의 합성어로 콘텐츠 제작-이용에서의 물가상승을 의미

## 인스톨레이션

**SPHERE가 보여준 DOOH의 미래**

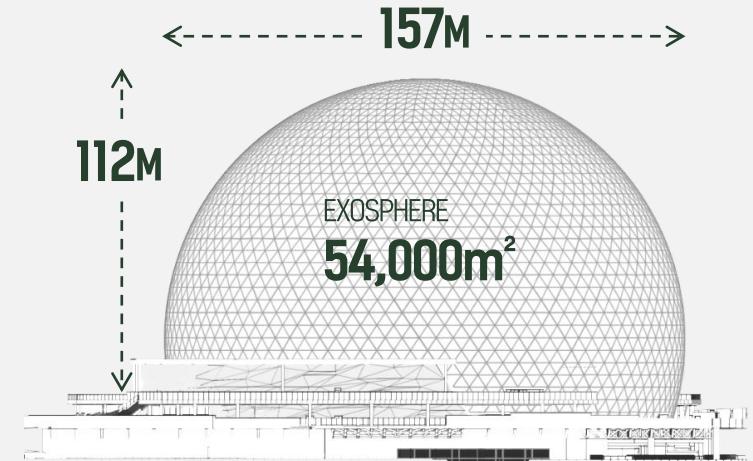
54,000m<sup>2</sup>에 달하는 외부스크린은 약 120만개의 둥근 LED 퍽으로 구성, 프로그래밍 가능한 디지털 제어 시스템으로 놀라운 시각적 콘텐츠 제공한다. 구체의 거대한 건물 스크린은 둥근 형태에 알맞은 농구공, 지구, 눈알, 표정 등을 화면상에 표출하여 재미있고 창의적인 광고 캠페인 연출하여 이목을 끈다.



사진 : Michael Bittle via Sphere 페이스북



사진 : Las Vegas Review Journal, Las Vegas Weekly



THE WORLD'S LARGEST SPHERICAL STRUCTURE

- 높이 112M 폭 157M에 달하는 거대한 규모의 SPHERE의 프로젝트 비용은 약 23억 달러로, 이 SPHERE의 일일 광고 비용은 \$450K이며, 일주일 전체 광고 비용은 \$650K.(X 사용자 PitchDeckGuy 트윗 인용)
- SPHERE의 일일 노출 수치는 직접 방문 노출 30만, 소셜 플랫폼 통합 노출 440만회에 달하며, 세계 최대 화면에 대한 높은 관심과 존재감이 이 스크린 광고의 효과를 높임
- 이 구체 건물과 거의 유사한 건물들이 전 세계적으로 건설될 예정. 최근, 하남시와 더스피어가 유사한 스피어를 하남에 유치하기로 MOU를 체결. 더스피어는 '스피어 하남' 설립에 2조원을 투자할 계획

## 02 레퍼런스

최신 인스톨레이션  
옥외광고 사례  
전시 · 콘텐츠 사례

## 최신 인스톨레이션

## 초대형 LED가 만들어낸 환상적인 디지털 거리, '오로라'

폭 26M, 길이 150M에 달하는 천장과 높은 층고의 공간을 LED로 가득 채워 만든 몰입형 디지털 거리, 인스파이어리조트의 '오로라' 자연의 빛을 대신한 LED가 초현실적인 숲의 낮과 밤 풍경을 번갈아 연출하여 놀라운 몰입형 디지털 경험을 선사한다.



사진 : 중앙일보



- 동북아 최대 규모 복합리조트, 인스파이어리조트의 중심을 잇는 디지털 거리 '오로라'는 천장의 길이만 150M, 아시아 최장 길이로 초대형 LED의 강력한 규모감을 자랑
- 천장과 양쪽 벽 LED 화면을 꽉 채운 푸른 나무들과 이파리들이 초현실적인 숲 속 한복판에 와 있는 것 같은 느낌을 주는 이 거리는 소프트오픈 이후 소셜미디어에서 가장 많이 태그된 장소이자 포토스팟
- 신비한 미지의 섬을 찾아떠나는 범선의 여행의 이야기를 담은 '언더 더 블루랜드(Under the Blueland)' 소가 30분간 3분씩 진행 예정, 북유럽의 오로라와 같은 압도적인 신비로운 경험을 선사할 계획

## 최신 인스�톤레이션

**다이나믹한 시각 경험, 인스파이어 '로툰다'**

인스파이어리조트의 디지털 엔터테인먼트 거리 '오로라'를 지나 아레나로 들어가는 관문이며 또 다른 시그니처 공간이다.

굿즈샵, 전시, 팝업 등 다양한 행사가 열리는 다목적 대형 원형홀 중앙에 키네틱 상틀리에가 자리하고 있다.



사진: 중앙일보



사진: 인스파이어 리조트



- 원형홀 중앙에 위치한 디지털 키네틱 상틀리에는 개별 구동장치가 설치된 총 156개의 디지털 LED 패널로 이루어진 구조물
- 시시각각 모양을 달리하며 다양한 패턴의 비주얼을 선보이는 디지털 상틀리에는 '오로라'와 함께 방문자들에게 특별한 시각적 경험을 선사
- 매시 15분, 45분마다 키네틱 미디어 아트쇼 진행

## 해외 광고 사례

**FOOH 사례: 베스티에르 콜렉티브, 노스페이스, 헝거게임**

페이크 옥외광고(FOOH)의 사례가 증가하며 대세감을 형성,  
주로 누구나 알 수 있는 랜드마크 장소를 활용해 빠르게 퍼져나가는 바이럴 효과를 노린다.

## ◆ 베스티에르 콜렉티브 “Think First, Buy Second”



출처 : Vestiaire Collective

- 패션 리세일 플랫폼인 ‘베스티에르 콜렉티브’는 하늘에서 의류가 떨어지며 뉴욕 타임스퀘어를 완전히 덮는 FOOH 영상을 공개
- 블랙 프라이데이 시즌에 공개한 영상으로, 패션 산업의 고소비에 대한 인식을 바꾸고자 강렬한 인상을 줄 수 있는 FOOH를 제작

## ◆ 빅 벤을 감싼 초대형 노스페이스 패딩



출처 : JD Sports

- 비가 많이 오는 런던의 어느 날, 시계탑을 따뜻하게 감싸고 있는 초대형 패딩 영상을 공개
- 의류 소매업체인 JD Sports에서 모두가 팝니다는 패딩을 홍보하기 위해 FOOH를 제작
- 마치 현실같은 몰입형 경험을 제공하여 소비자들이 눈길을 사로잡음

## ◆ 에펠탑을 점령한 헝거게임 장식물



출처 : Metropolitan Films 트위터

- 파리의 에펠탑에 알 수 없는 거대한 조형물이 세워진 것처럼 보이는 영상이 공개되었고, 자세히 보면 에펠탑에 영화 헝거게임의 홍보임을 알 수 있도록 명시
- 파리의 랜드마크를 활용해 영화 헝거게임 시리즈의 프리퀄 외전을 홍보하기 위해 FOOH를 선택

## 국내 광고 사례

**FOOH 사례: 롯데백화점, 한맥, GM**

국내에서도 다양한 페이크 옥외광고(FOOH)가 공개되며,  
옥외의 한계를 넘는 초현실적인 FOOH가 새로운 트렌드로 자리잡고 있다.

## ◆ 롯데백화점 크리스마스 캠페인



출처: 모이버

- 크리스마스 시즌을 겨냥해 롯데백화점에서 진행하는 'My dearest wish' 캠페인의 일환으로 차별화된 콘텐츠를 제공하기 위해 증강현실 스타트업 '모이버'와 협업
- 롯데백화점의 외벽에 크리스마스 장식과 캐릭터가 등장하고 편지가 이동하는 파이프를 구현

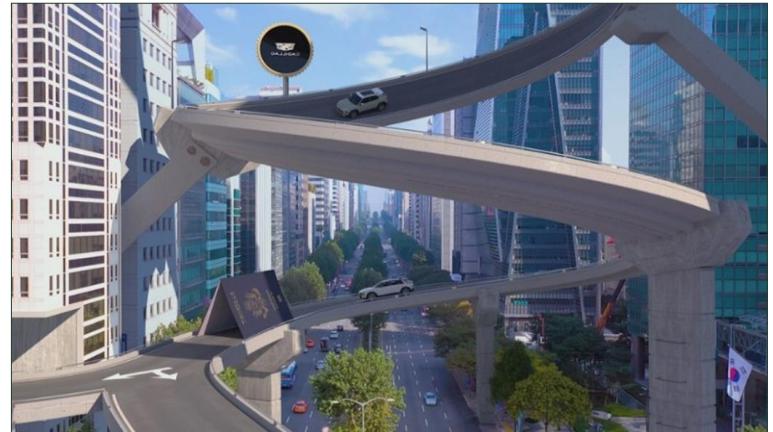
## ◆ 한강에 등장한 한맥과 거품 오리



출처: 한맥 오피셜 인스타그램

- 오비맥주의 브랜드 한맥은 인스타그램 오피셜 계정을 활용하여 한강에 등장한 초대형 거품 오리 영상을 공개
- 초대형 거품 오리는 한맥을 등에 지고 한강을 거니는 것처럼 표현하여, 한맥의 부드러운 거품을 실감나게 표현하여 제품을 효과적으로 홍보

## ◆ GM



출처: 한국GM

- GM 한국사업장에서 세계적인 디지털 아티스트 이안 패드햄과 협업하여 제작한 초현실적인 FOOH 영상을 공개
- 강남 테헤란로를 배경으로 미래 세계처럼 보이는 가상의 다이나믹한 공중 도로를 화려한 드라이빙으로 질주하는 GM의 차량들을 선보이는 내용

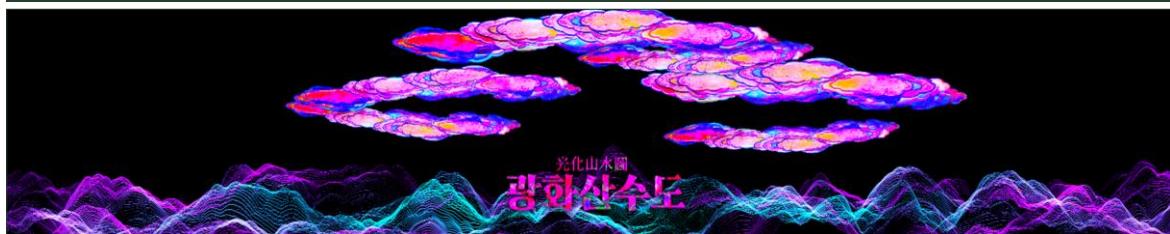
## 전시 · 콘텐츠 사례

# 2023 서울라이트 광화문

100년 만에 복원된 광화문 월대~광화문광장 사이에 800m 길이 초대형 미디어파사드와 조명 연출을 통해 역사적 의미를 담은 감동을 선사한다.

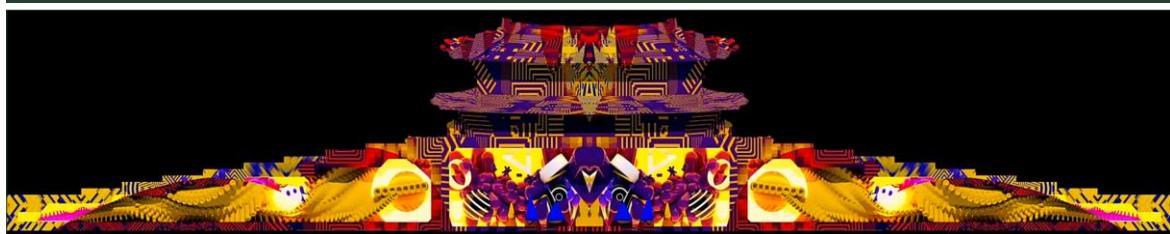
빛조형 작품, 미디어 조형물 등 총 20개국 53명의 아티스트들이 참여하는 다양한 미디어아트 전시 프로그램으로 채워진다.

◆ 이이남 작가 <광화산수도>



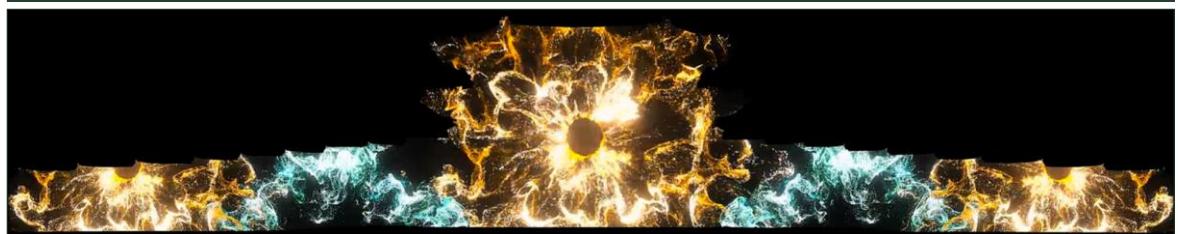
- 서울을 배경으로 도시와 산수가 어우러지는 도시산수도를 그려내 광화문에 빛을 덧입히는 작업
- 해와 달이 산수를 비추고 있는 왕의 어진 '일월오봉도'와 동양적 유토피아, 무릉도원이 담긴 '십장생도'를 소재로 동양미학의 정신의 정수를 담음

◆ 에퍼 디지털 (Eper Digital, 헝가리) <Elemental Construction. vol.7>



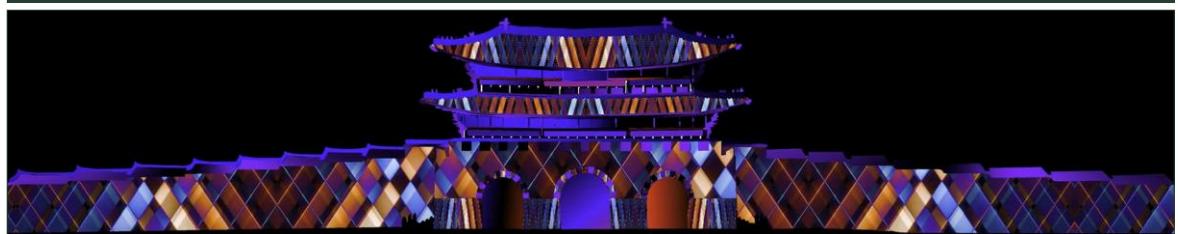
- 원색의 기하학적 형태들이 역동적이고 끊임없이 변화하며 조화를 이루는 새로운 예술 작품 시리즈
- 독특한 음악에 맞추어 시각적 요소들이 역동적으로 변화
- 고대 재현의 기초를 형성했던 상징들과 20세기 유럽의 아방가르드 예술가들로부터 영감을 얻은 작품

◆ 펠릭스 프랭크 (Felix Frank, 독일) <광화산수도>



- 우주 물질의 일정한 흐름과 변형을 보여줌.
- 요소들의 역동적인 상호 작용이 우주의 패턴과 조화를 이룬다고 알려진 주파수 432Hz에 맞추어 변화하는 작품으로, 우주 경관 너머로 도달하는 변형적 경험을 조율하여 관객들을 의식의 무한한 영역으로 초대

◆ 제레미 우리 (Jeremy Oury, 프랑스) - Attraction



- 먼 곳에 있으면서도 우리의 일상생활에 보편적으로 존재하는, 시대를 초월한 달에 의해 빛나는 현재의 뜻없는 이롭다움에 대한 시적인 비전을 제시
- 광화문 정면에 영향을 미치는 신비한 에너지를 시각적 조화와 추상적인 형태로 보여줌

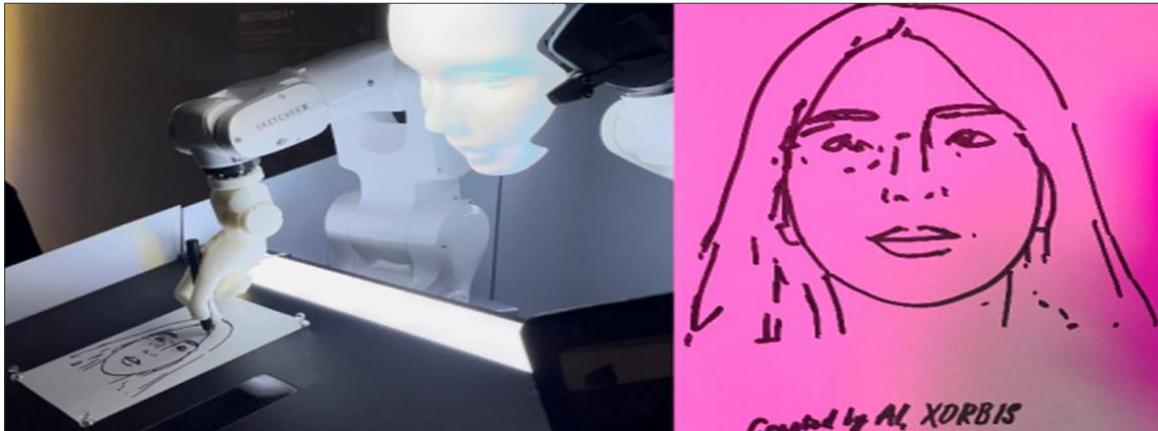
## 전시 · 콘텐츠 사례

**Museum X**

가상현실, 인공지능, 휴로그램, 게임 등 체험형 미디어 콘텐츠로 채워진 미디어 아트 전시장

총면적 1750㎡[약 530평], 4층 규모 전시관 “예술과 기술이 만나 놀이가 되는” 새로운 차원의 롤업형 디지털 놀이터를 표방, 130K 해상도의 빔 프로젝터, LED 총 2200만 개로 빛과 영상들을 구현하였다.

## ◆ AI가 즉석에서 그려 준 초상화



출처 : 여성신문 이세아기자

- 대회이며 초상화를 그려주는 휴머노이드 로봇[엑스오비스]가 지난 CES 2023에서 세계 최초로 공개해 주목받은 'SKETCHER X'이 백미
- 다양한 예술가들이 드로잉을 학습했고, 프린터의 도트 방식이 아닌 인간처럼 선으로 그림을 그리는 기술 개발
- 스스로 언어를 생성하고 추론[GPT], 음성인식(STT), 음성합성(TTS) 기술을 융합, 관람객과 마주 앉아 간단한 대화 가능

## ◆ ZONE 4 새로운 세계의 창작 존



출처 : 여성신문 이세아기자

- 트램폴린, 미끄럼틀, 그네를 직접 타는 체험 전시와 ‘미디어 아트’의 정석인 커다란 미디어 월에 노출되는 디지털 영상 전시
- 신비로운 우주 풍경, 맑고 깊은 바닷속, 노을빛에 물든 구름 등을 압도적인 규모로 감상
- 관람객의 몸짓에 따라 빛과 소리가 달라지거나, 움직임에 따라 다른 전시물이 형성되기도
- AI와 간단한 채팅을 통해 나만을 위한 미디어 아트나 포토존 만들기 가능

# End of the Document