

과학기술정보통신부, 2022 차세대 미디어 주간 개최 디지털 대 전환기 미디어·콘텐츠의 변혁

글. 이진범 방송과학기술 기자

2022 차세대
미디어주간
NEXT MEDIA WEEK 2022



디지털 대 전환기
미디어 콘텐츠의 변혁

과학기술정보통신부가 주최하고 한국방송통신전파진흥원, 한국전파진흥협회, 정보통신기획평가원이 공동 주관한 '2022 차세대 미디어 주간' 행사가 지난 11월 1일부터 4일까지 상암동 누리꿈스퀘어에서 개최되었다.

이번 '차세대 미디어 주간'의 주제는 '디지털 대 전환기 미디어·콘텐츠의 변혁'으로 '인터넷동영상서비스', '메타버스 미디어', '크리에이터 미디어' 등 3대 디지털 미디어 분야에 대한 학술회의, 이야기콘서트, 기술교류회, 투자설명회, 직업체험전 등 총 11개 프로그램으로 진행되었다. 또한 3년 만에 상암동 누리꿈스퀘어에서 오프라인으로 관계자들이 직접 만나는 교류의 장이 되었다.

행사는 첫날인 11월 1일 개막식과 기조연설로 진행되었고, 2일과 3일에는 '글로벌 인터넷동영상서비스 시장경쟁 격화에 따른 생존·혁신 전략', '메타버스 미디어의 확장, 가깝게 다가온 미래 미디어', '대안 미디어에서 주류로 성장한 1인 방송진행자'의 방송·미디어 미래전략 컨퍼런스가 개최되었으며, 이밖에 디지털 미디어 콘텐츠 진흥 포럼, OTT 콘텐츠 토크 콘서트, 차세대 미디어 네트워킹 데이 등 방송 및 미디어 관련 최신 트렌드와 기술에 대해 진행되었다. 이중 '방송과학기술'에서는 11월 2일 진행되었던 컨퍼런스 두 번째 세션인 '메타버스 미디어의 확장 가깝게 다가온 미래 미디어'에 대해 상세히 살펴본다.

DAY 2. 방송·미디어 미래전략 컨퍼런스

<세션 2> 메타버스 미디어의 확장 가깝게 다가온 미래 미디어

Meta meets the future 소라 리 엘칸(Sora Lee Elcan) META 제품전략 담당

소라 리 엘칸은 Meta의 제품전략 담당자로 메타버스가 무엇인지, 어떤 특징을 가지고 있는지에 대해 동영상의 자료를 통해 부드러운 진행으로 설명했다.



지난 수십 년간 기술은 연결과 표현의 장벽을 없애 서로를 연결했으며 이러한 변화로 인해 우리는 소통하고, 그러한 연결하는 방식은 계속해서 바뀌어왔다. 이다음은 메타버스로, 메타버스는 인터넷의 속성을 그대로 가지고 있으며, 소통을 더 빠르게 할 수 있고, 물리적인 세계에서 하기 힘든 일도 가능하다. 어떤 앱에서든 접속만 하면 누구든지 서로 소통할 수 있다. 메타버스에서 우리 각자는 아바타로 대표되며, 가상 정체성을 기반으로 쇼핑하고, 게임하고, TV를 볼 수 있다. 새로운 콘텐츠 경험으로 소통과 기회의 장이 될 것이다.

메타버스가 무엇인지 정의를 내리자면, '서로 연결된 디지털 경험'이라고 할 수 있겠다. 일부는 개발되었고, 일부는 아직 개발 중이다. 하지만 AR/VR/MR을 지원하는 어떤 기기에서든 접속할 수 있다. 메타버스는 가상세계와 물리적인 세계를 더욱 돈독히, 생생하게 만드는데 홀로그램, 아바타, 다른 구체적인 존재로 극대화되며 보다 존재감도 강화된다. 언젠서든, 어디서든 누구와도 같이 일을 할 수 있다는 장점은 물리적인 영역을 넘어서 새로운 개념과 환경, 경험을 제공할 것이다. 앞서 말한 바와 같이 기술 덕분에 더욱 풍부한 콘텐츠를 공유할 수 있게 되었다. 사진, 텍스트를 공유했다면 이제는 동영상을 공유하는 시점이며, 앞으로는 VR/AR과 같은 몰입형 콘텐츠를 공유하게 될 것이다. 이는 모든 기업에 더욱더 유용한 결과를 공유하여 사용할 수 있도록 도전 과제를 제공한다.

Meta는 그동안 커뮤니티, 크리에이터, 커머스에 투자해오며, 앱과 제품, 서비스를 제공함으로써 메타버스 생태계의 필수 요소를 구성했다. Meta의 여건은 플랫폼과 창의적인 툴, 기술을 기반으로 하는데, 이러한 투자의 속성도 모두 진화하고 있다. 먼저 커뮤니티도 진화하고 있다. 기술 전반에서 사람들이 어떻게 소통하고 진화하는지 알 수 있다. 앞으로의 경험은 특정한 기업이 아닌 모든 크리에이터가 만들어 낼 것이다. 그리고 스토리텔링도 진화하고 있다. 스마트 글래스, 가상현실 헤드셋 등을 이용하여 증강현실, 가상현실의 특징을 활용해서 새로운 방식으로 콘텐츠를 경험하게 될 것이다. 또한, 커머스도 진화하고 있다. AR 커머스가 늘어나고 있고, 라이브 쇼핑을 이용해 전 세계에서 사용하고 있다. 가상과 현실이 연결되어 제품 구매가 이루어질 것이다. 시장에서 트렌드의 변화가 이루어지고 있고, 하드웨어 발전 역시 빠르게 진행되고 있다. 완성된 형태의 메타버스의 시기가 오기까지는 앞으로 10~15년이 더 걸릴 것이며, 지금은 초기 단계라고 할 수 있다. 앞으로도 Meta는 메타버스 생태계에 필요한 플랫폼과 제품을 강화할 예정이며, 파트너들과 지속적인 협력을 진행하고자 한다.



방송 콘텐츠 제작을 위한 메타버스 기술 활용 방안

마이클 진맨(Michael Zinman) Lulu AR 창업자
<Alter Ego> 공동 책임 프로듀서

마이클 진맨은 LA에서 활동 중인 TV 프로듀서로 2006년부터 그래미 어워드, 어메리칸 뮤지 어워드 등 다양한 수상 프로그램을 제작했고, 매주 방송하는 경연 프로그램 등 1,500회 이상을 제작했다. 조명과 비주얼 부분에 독자적인 기술과 경험을 바탕으로 지난 2019년 11월, Lulu AR을 창업하게 되었다.



먼저 소개하고자 하는 프로그램인 <The Masked Singer(미국판 복면가왕)>는 시즌 9에 이를 정도로 인기 있는 프로그램이다. 이와 같이 넷플릭스에서 한국의 콘텐츠가 대단히 인기리에 방송 중이기 때문에 많은 미국 제작자들이 한국의 콘텐츠를 주시하고 있다. 2020년 'The Masked Singer 시즌 4'가 방송되었는데, 코로나 팬데믹 시기에 관객이 방송에 참여하지 못했기에 Virtual 관객을 생각하게 되었다. AR 기술이 TV 프로그램에 자연스럽게 적용되어 프로그램 제작에 필요한 관객의 함성, 응원을 대체했다.

다음으로 소개할 프로그램인 <Alter Ego>에서는 AR을 통한 MR을 적용했는데, 준비기간만 8개월이 걸렸다. 전 세계 최초로 사람이 아닌 아바타가 참가하는 노래 경연대회 프로그램으로 2021년 2월 아바타에 대한 아이디어로 출발해서 준비에 들어갔고, 7월부터 본격적인 실제 제작 작업에 들어가게 되었다. 노래 경연 프로그램이었기에 생방송으로 진행되어야 했고, 다양한 도전 과제와 많은 기술이 필요했다. 6개월간 스튜디오를 임대했고, 이를 위한 기술개발과 무대를 설계했다. 기존의 방식이 아닌, 하루에 10개 정도의 아바타가 공연을 해야 했으며, 주어진 예산과 시간 안에 이 모든 것을 접목해야 했다. 새로운 기술에 대한 이해 등을 비롯해, 실제로 사용한 기술은 수백 가지가 넘었다. 기술을 서로 상호 보완하기도 했다.



제작에 있어 자세히 살펴보면, 먼저 Pre-Production에서는 3명의 일러스트레이터와 함께 각 아바타를 디자인하고, 각 캐릭터 컨셉을 개발했다. 얼굴과 몸의 모션캡처를 진행했는데, 아이폰을 활용해서 덤스 카메라로 얼굴 캡처, 바디는 VICON Vantage 시스템을 활용했다. 각계각층의 인물이 참여했고, 노래 경연대회이다 보니 경연자들이 춤을 잘 추지는 못하였기 때문에 얼굴을 라이브로 캡처했고, 바디는 경연자가 아닌 댄서의 동작을 활용했다. 즉, 얼굴과 바디가 다른 사람이다 보니, 결과물이 이상하지 않을까 생각했는데, 모션캡처 결과를 보니 굉장히 훌륭했다.

그리고 가상현실과 리얼세계의 조명, 그림자, 투영 간의 매칭에 신경썼다. 현실감을 느낄 수 있도록 웨도잉이 표현되어야 하며, 가

상 아바타와 실제의 조명이 매칭을 이루어야 한다. 수천 개의 라이트 조명과 다수의 카메라, AR 카메라가 필요했으며 20여 명의 참가자와 4명의 심사위원, 200여 명의 관객이 동원되었다. 하루 10개의 고유한 공연을 제작했고, 관객들은 스크린을 통해 현장에서 쇼를 볼 수 있었다.

스튜디오 키트로 13대의 TV 카메라와 8개의 Stype Red Spy's 트래킹 시스템, 8대의 Lulu 엔진, 4대의 GrandMA 조명 콘솔, 1대의 BMD Pocket 4K 반사 카메라가 사용되었다. 반사 카메라는 아바타가 근접할 때 눈에서 비치는 영상을 위해 사용했다. Lulu 엔진은 RTX 3090 비디오카드와 AJA Kona 5 IO 카드, 5개의 네트워크로 구성되어 있다. DMX(sACN)로 현실과 가상의 조명을 매칭 하였고 아바타의 키와 눈 색깔, 머리카락 색뿐만 아니라 울거나 머리를 쓸어올리거나, 눈을 깜빡이는 등의 현실적인 동작을 자연스럽게 구현할 수 있었다.

마이클 진맨은 “개인적으로 아바타가 사회적 참여의 미래라고 생각한다. 전쟁, 배제, 증오심 없이 고유한 정체성을 표현하는 수단이다. 모든 사람들이 보다 좀 더 공통적이고, 표용적인 사회에서 개인성을 잃지 않게 해주는 수단일 것이다.”라고 말하며, 강의가 있기 며칠 전에 완성한 Lulu AR의 최신의 미래형 아바타를 시연하며, 강의를 마쳤다.

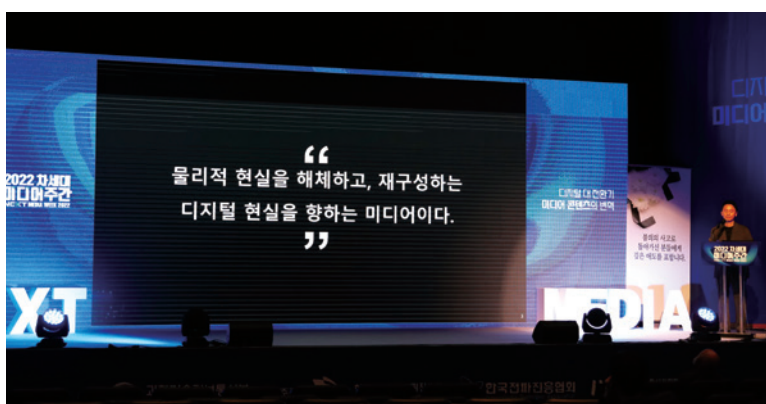
메타버스 시대, 미디어는 어디로 가는가? 김상균 경희대학교 경영대학원 교수 / 인지과학자

김상균 교수는 메타버스의 개념에 대해 설명하며, 관련하여 진행 중인 개인적 작업에 대해 소개했다. 먼저 동굴의 벽화를 보면 최초의 미디어라고 할 수 있지만 움직일 수가 없다. 다음이 종이의 등장으로 가변고, 이동성이 가미되어 멀리 보낼 수 있었다. 그다음은 전화로 실시간, 동시성을 마련해주었으나 상대방과 한 공간에 있다는 느낌은 들지 않는다. 그다음이 스마트폰, 그다음이 메타버스일 것이다. ‘시간과 공간의 확장’이 미디어의 본질적인 꿈이라고 할 수 있겠다.

메타버스는 ‘물리적 현실을 해체하고, 재구성하는 디지털 현실을 향하는 미디어이다.’라고 할 수 있으며, 메타버스는 그 자체로 현실이다. 철강그룹인 포스코도 ‘좋은 모빌리티를 만들기 위한 소재’, ‘건축물을 위한 친환경 소재’, ‘에너지를 위한 소재’ 이 3가지에 사항에 대해 앞으로 집중하겠다고 하였는데, 이는 메타버스에서 재구성될 수 있을 것으로 보인다.

김상균 교수가 진행하고 있는 3가지 작업에 대해 소개가 이어졌다. 첫 번째는 TV조선의 ‘아바드림’으로 김 교수가 속한 팀에서 제작하고 있다고 하며, 사회적인 논점이 있었고, 기술적인 이슈도 있었지만 ‘지나간 시간, 사람을 기억’하며 살고 있는 현세의 사람들에게 잠시나마 지난 추억을 회상하고 위안을 전할 수 있었다고 한다. 두 번째는 공부와 관련된 매체로 국내 학습기업인 웅진그룹에서 태블릿을 렌트하는 메타버스 관련 사업을 하는 중인데, 이를 돕고 있다고 하며, 태블릿을 통해 아이들이 여러 공간에서 학습적인 경험을 하고 다른 존재와 소통하는 체험을 할 수 있다고 전했다. 마지막은 대학교 신문으로 어느 학생이 자신의 캠퍼스를 마인크래프트로 구현하였는데, 이러한 생각에 동조하는 대학에서도 연이어 대학 캠퍼스를 메타버스에서 구현하였고, 현재 10개의 대학에서 연합을 이루었다고 한다. 캠퍼스를 메타버스에 구현하여 소통을 강화하고, 연결성을 확장해 정보와 지혜를 나눌 수 있게 된 사례이다.

메타버스는 미디어적으로 실존성, 관계성, 주도성 이 세 가지 특성을 강화하며 발전할 것으로 생각하며, 기술적인 진보가 더 필요하다. 또한, 메타버스의 이면에 감추어진 디지털 허들, 범죄 등은 메타버스의 발전과 동시에 고민하고, 함께 해결해야 할 문제들이다. 📺



마이클 진맨 Michael Zinman

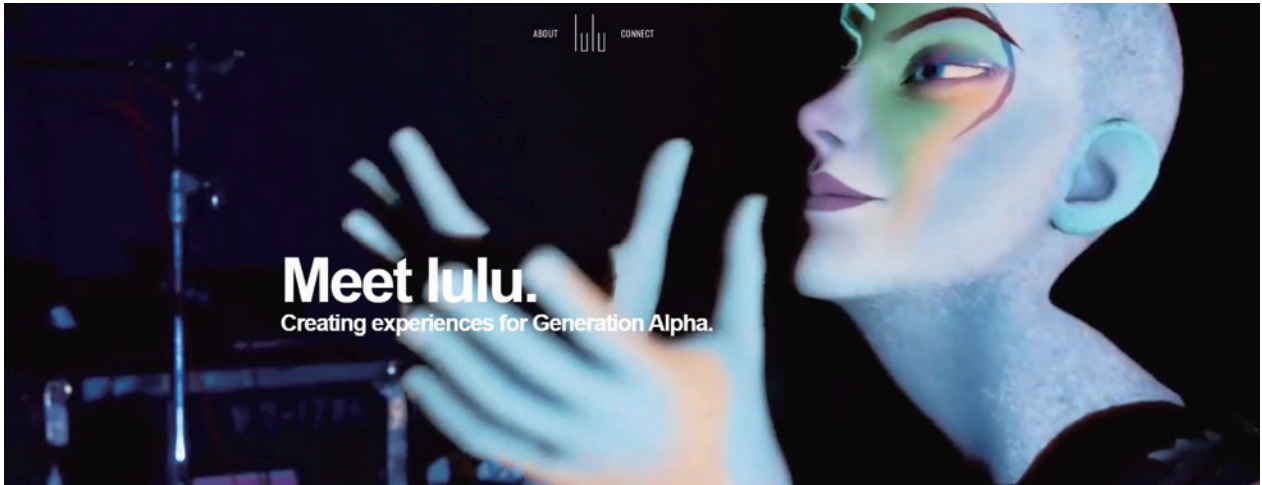
Lulu AR 창업자 & <Alter Ego> 공동 책임 프로듀서

컨퍼런스의 두 번째 세션이 끝나고 지난해 Fox의 <Alter Ego> 제작으로 국내 아바타 제작의 붐을 일으킨 Lulu AR의 마이클 진맨 씨를 만나보았다. 그는 풍부한 프로그램 제작 노하우를 통해 <The Masked Singer>와 <Alter Ego>에서 현실적인 아바타를 선보이며 프로그램을 성공으로 이끌었다. 질문에 성실히 답변해준 마이클 진맨 씨에게 감사드리며, 전 세계적으로 센세이션을 일으킨 <Alter Ego>의 제작 과정과 노하우, 에피소드에 대해 살펴보자.



‘Lulu AR’의 창립자로서 간단한 소개 부탁드립니다.

콘텐츠의 이동 방향에 따라 회사를 설립하게 되었다고 말씀드리고 싶습니다. 전통적인 16:9의 포맷을 벗어나서 소셜미디어, 메타버스와 연관하고, AR/VR 등 기술들의 활용을 경험하며 시대가 필요로 하는 회사를 창립하고 싶었습니다. 2019년 11월에 감독인 친구와 시상식을 제작하게 되면서 기술적으로 어느 정도 준비가 되었고 스토리텔링만 더해진다면 좋겠다고 생각했습니다. 그리고 ‘Lulu’는 지금은 4살인(당시 1살) 제 친딸의 애칭인데요, 딸이 20대, 30대가 되었을 때 어떻게 콘텐츠를 소비하게 될까에 대해 생각을 하다가 지금과 같이 콘텐츠를 이용하고, 소비하지는 않을 것 같다는 생각이 들게 되었습니다. 이런 모든 것을 바탕으로 회사를 창립하였고, 세계적 팬데믹으로 상황이 여의치는 않았습니니다. 기술적으로도 부족한 상태였고요. 몇 년이 지나고 나서 가상세트, 아바타 구현 등의 AR 기술을 더욱 확보하였고, 제작 경험과 기술력, 프로그램 기획력을 바탕으로 <Alter Ego>와 같은 아바타 경연의 TV쇼를 제작하게 되었습니다.



Lulu AR 홈페이지 / www.lulu.ar

Alter Ego 제작에 관여 정도

쇼의 전반적인 부분을 모두 총괄하였습니다. 일러스트레이터 등 인력 채용, 방송사 PD와의 협력과 조율, 아바타 디자인 및 실제 구현, 무대 구상, 에디팅 등 모두 맡아주었습니다. 제작 당시에 5~6주 정도는 <The Masked Singer> 방송과 동시에 진행해야 해서 좀 힘이 들었던 시기도 있었습니다.

Alter Ego의 인기가 어느 정도였나요?

굉장히 성공적이었습니다. 세계적으로 시청률이 낮아지고 있는 현실에서 방송이나 제작사 측면에서는 성공적이라고 보고 있으며 2023년에 새로운 시즌도 준비 중입니다. 보다 개선한 아바타의 디자인과 구현을 진행하고 있고 쇼의 방향과 포맷, 관련 기술에 대해 생각하고 있습니다.

Alter Ego 제작 과정이 궁금합니다.

Fox alternative entertainment와 함께 2021년 2월 시작하게 되었습니다. 당시 Fox 측에서 11개의 에피소드와

Recent work.

ALTER EGO PRODUCE + STUDIO

SEASON 1 / FOX

THE MASKED SINGER PRODUCE + STUDIO

SEASON 4-5 / FOX

SAVAGE X FENTY STUDIO

VOL 3-4 / AMAZON

홈페이지에 명시된 최근 작업들

We are.

creators
designers
executive producers
storytellers
partners
technologists

Lulu AR의 정체성을 보여주는 부분

노래를 부르는 아바타 컨셉의 쇼에 대해 제의를 했고, 현실적으로 한정된 예산 안에서 가능하겠는지 물었습니다. Fox의 지원과 협력이 있었고, 같이 고생하여 제작하게 되었습니다. 하지만 2월 당시에는 원활한 제작이 어려울 것으로 생각하기도 했는데요, 그동안 아바타를 이용한 쇼는 많이 있었지만, 하루에 많은 아바타가 스케줄에 맞춰서 하는 쇼는 없었기 때문입니다. Fox에서 쇼에 대해 제의를 한 후 2~3주 후에 우선 아바타 하나에 대해 확인하기 위해 찾아왔습니다. 아바타의 눈 구현과 감정 표현이라든지, 관

객들이 공감할 수 있는지를 보러 왔고, “괜찮다”고 하더군요. 4~5월에는 더 확장하여 해보기로 했는데, 이 프로젝트가 없어질 리스크도 감당해야 했던 시기였었죠. 6월쯤 3명의 아바타로 파일럿 프로그램을 제작했었는데 ‘스토리가 설득력이 있는지’, ‘유기적으로 아바타들이 움직이는지’ 등을 체크하기 위해서였고, Fox의 반응은 굉장히 낙관적이었습니다. 비록 많은 리스크도 있었지만 무엇보다 이러한 AR 기반의 쇼를 처음으로 선보이고 싶다는 저희의 강한 의지로 감수하며 진행할 수 있었습니다.



Alter Ego 제작에서 중점적으로 노력했던 일

무엇보다 아바타가 현실적으로 느껴지도록 노력하였고, 이를 뒷받침하는 기술력에 집중하였습니다. 캐릭터가 보다 현실적으로 보이려면 AR 기술을 통해 보다 입체적으로 만들어야 하고, 다양한 표현을 할 수 있어야 합니다. 이를 위해서 기존보다 카메라 작업이 늘어났습니다. 평소와 같은 조명에서는 아바타가 현실적이지 않은 느낌이 들어 신경을 써야 했고, 눈 부분도 모션캡처를 활용해 마치 살아있는 듯한

효과를 주고자 했습니다. 카메라 무빙에서도 기존과는 다른 방식으로 아바타를 촬영하여 현실감을 높였습니다. 또한, 전반적으로 이러한 기술을 더욱 잘 사용하기 위해 노력하고 매진하였습니다.

아바타의 캐릭터 디자인 구현에 대해

3명의 일러스트레이터를 고용해서 캐릭터 디자인했고, 아바타 캐릭터 20명의 내러티브(아바타 캐릭터의 성격,

방향, 스토리 등)를 방송사 PD들이 지정해줬습니다. 일러스트레이터의 흑백 스케치에 더해 VFX와 3D 모션캡처 등을 Silver Spoon을 통해 진행하였고, 캐릭터별 맞춤형 디자인의 승인과 수정을 거치고 그림자 작업까지 마무리했습니다. 에피소드별 다양화를 위해 20명의 캐릭터 당 4벌의 의상을 준비했는데 총 80벌인 것이죠. 또한, 어떤 특별함을 주고자 캐릭터별 레이저를 쏜다든지, 팔의 문신이 돌아가는 등의 특수효과를 디자인하였는데, 아바타가 울어야 할 타이밍에 버튼을 눌러 눈물을 보이는 등의 동작까지 전부 설정을 했습니다. 이런 모든 작업을 마무리하는데 4~5개월이 걸렸습니다.

실제 무대에서는 언리얼 엔진의 DMX 기능을 활용하여 이를 가능하게 하였으며, 500개의 조명을 조정하고, 그림자와 반사까지 고려하여 수정의 과정을 반복하며 현실적인 아바타 디자인을 만들어 낸 것이죠.

생방송으로 진행되어 문제가 발생하지는 않았나요?

처음 4개의 에피소드를 제작할 때는 네트워크가 합쳐져 있어서 어디에서 문제가 발생했는지 파악하기가 어려웠습니다. 모션캡처, 스트리밍, 라이팅, 트래킹 등을 분리하여 이 문제를 해결했고, 관중도 200여 명이나 되다 보니 이에 맞추어 진행하기가 참 어려웠습니다. 그렇지만 동작이 안 되거나 필요한 부분의 수정에 있어서도 바로 적용이 가능했기에 진행에 있어 어려운 부분은 없었고, 8개월의 준비로 무사히 각 에피소드를 제작할 수 있었습니다.



한국에서도 'Alter Ego'와 비슷한 프로그램이 방송되고 있는데, 국내 AR/VR 기반의 제작자분들께 하고 싶은 말이 있다면?

우선은 포기하지 말 것을 말씀드리고 싶습니다. 저희도 초반에는 어려움을 겪고, 고생을 하였지만 이를 이겨냈을 때의 희열은 그 무엇과도 비교할 수 없을 것입니다. 처음으로 하다 보니 시행착오를 겪는다고 생각하시고, 새로운 시도를 통한 자신만의 경험으로 더욱 많은 것을 얻어내시길 바랍니다. 개인적으로 실제 댄서와 일했던 경험이 쇼 제작에 많은 도움이 되었는데, 사람이 하는 일이다 보니 '즐거야 잘 할 수 있다'라고 말씀드리겠습니다.

평소, 본인의 일을 더 잘하기 위해 어떤 노력을 하시는지?

AR/VR을 통한 아바타 작업은 신경 쓸 것도 많고, 완성점을 찾기까지 굉장히 스트레스가 많이 발생합니다. 시즌 2를 준비 중인데, 시즌 1의 기술을 그대로 사용하면 오래된 기술이고, 하나를 바꾸면 나머지 부분이 틀어져 모든 부분에서 어려움을 느끼고 스트레스가 되는 것이지요. 하지만 이런 부분에서 재미를 느껴야 합니다. 재미가 없다면 새로움도 발생하지 않는 것이죠. 이 점을 항상 염두에 두어 일을 하고 있고, 딸과 함께 있을 때는 신기하게 모든 스트레스가 없어져 버립니다.

기술의 발전 속도에 대해

기술의 발전이 엄청나게 빠르지 않습니까, 60년대만 생각해도 많은 서버와 랙이 갖춰진 공간에서 작업을 했었지만, 지금은 엄청나게 발전했듯이,



저희가 지금 AR 작업을 하는 것이 비슷한 상황이라고 생각합니다. 기술은 더욱 발전할 것이고, 이와 반대로 그에 따른 비용은 줄어든 것입니다. 5년 정도 후에는 스마트폰으로도 바로 저희가 몇 개월에 걸쳐 제작했던 아바타를 순식간에 만들어내는 것이 가능할 것으로 보고 있습니다.

TV가 없어질 것으로 생각하시는지?

현실적으로 TV가 몇 년 안에 없어지는 것은 않겠지요. 하지만 10년~15년 후에는 모를 일입니다. 그와 마찬가지로 메타버스 세상으로 갑자기 변화하지도 않을 것이고요. 방송종사자로서 이런 말을 하기가 이상하기도 하지만 언젠가는 지금과 같은 식으로는 TV를 볼 것 같지는 않을 것 같습니다. 이런 상황에서도 미래를 예측하고 준비하는 기업들이 있다는 것에 또한 놀랍기도 합니다.

Lulu AR의 미래로는?

회사가 추구하는 방향을 아바타로 생각하시면 되겠습니다.

단기 목표로는 소셜미디어에 <Alter Ego>와 같은 프로그램을 스트리밍하는 것과 <Alter Ego>의 시즌 2 제작 그리고 중국에서 내년에 선보일 <Alter Ego>와 같은 프로그램의 제작입니다.

장기 목표로는 더욱 기술을 발전시켜 인스타그램이나 Meta 같은 소셜미디어에서 사용할 수 있도록 하는 것입니다. 실제로 아이폰 등을 통해 일반인들이 자신의 아바타를 만들고, 이를 공유할 수 있게 되는 것이죠. 더욱 개선되고 현실적인 콘텐츠로 다시 찾아보면 좋을 것 같네요. 감사합니다. 📺

이미지 출처 :

Fox alternative entertainment,
cgsociety.org