

2022 한국광고PR실학회 상반기 정기학술대회

달라지고 변할 때 무엇을 지켜야 하는가?

다시 뛰는 광고와 PR!

크리에이티브와 지식의 기술적 콜라보레이션

2022년 5월 20일(금) ~ 21일(토)
군산대학교

— 주최 —

 한국광고PR실학회
THE KOREAN ADVERTISING & PR PRACTITIONERS SOCIETY

— 후원 —

 DAEHONG

대흥기획 후원: 크리에이티브와 지식의 기술적 콜라보레이션

사회: 차영란(수원대)

ThinkNology: 지식과 기술의 합체가 변화시키는 광고PR의 미래	03
발표: 김동성(한양대)	
토론: 진홍근(국민대)	
새로운 경험적 미디어로서의 메타버스와 광고	19
발표: 김주영(조지아대)	
토론: 김태양(대진대)	
현실 연계 형 가상 관광 메타버스 세상	37
발표: 한근조(대흥기획)	
토론: 이진균(홍익대)	

대흥기획 후원

크리에이티브와 지식의 기술적 콜라보레이션

ThinkNology: 지식과 기술의 합체가 변화시키는 광고PR의 미래

발표: 김동성(한양대)

토론: 진홍근(국민대)

새로운 경험적 미디어로서의 메타버스와 광고

발표: 김주영(조지아대)

토론: 김태양(대진대)

현실 연계 형 가상 관광 메타버스 세상

발표: 한근조(대흥기획)

토론: 이진균(홍익대)

ThinkNology: 지식과 기술의 합체가 변화시키는 광고PR의 미래

발표: 김동성(한양대)

토론: 진홍근(국민대)

한국광고PR실학회

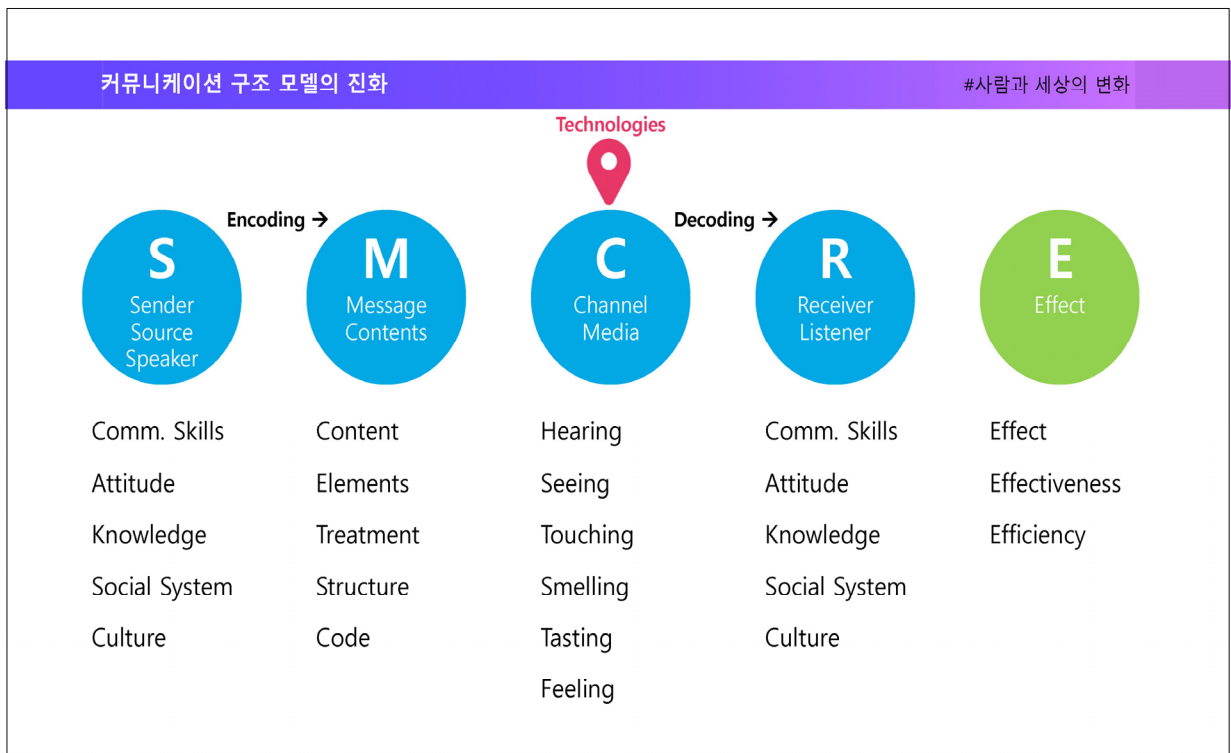
ThinkNology

지식과 기술의 합체가 변화시키는 광고PR의 미래

新바람김박사
김동성
한양대|프렌즈

저작권&강의권의 문제로 외부유출을 금합니다. @PRHOWS

[이미지=utoimage]



커뮤니케이션 흐름 패러다임의 진화 #사람과 세상의 변화

Linear

Interactional

Transactional

and Technologies

커뮤니케이션 대상의 다변화 #사람과 세상의 변화

#다른세대부터

M X Y Z α β

아날로그 중심

1970
디지털 이주민

1980

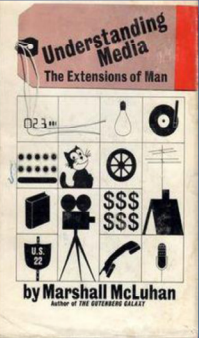
1990
디지털 유목민

2000
디지털 네이티브

2010

2020
메타버스 이주민/유목민/네이티브

인간의 확장, 세상의 확장 #사람과 세상의 변화

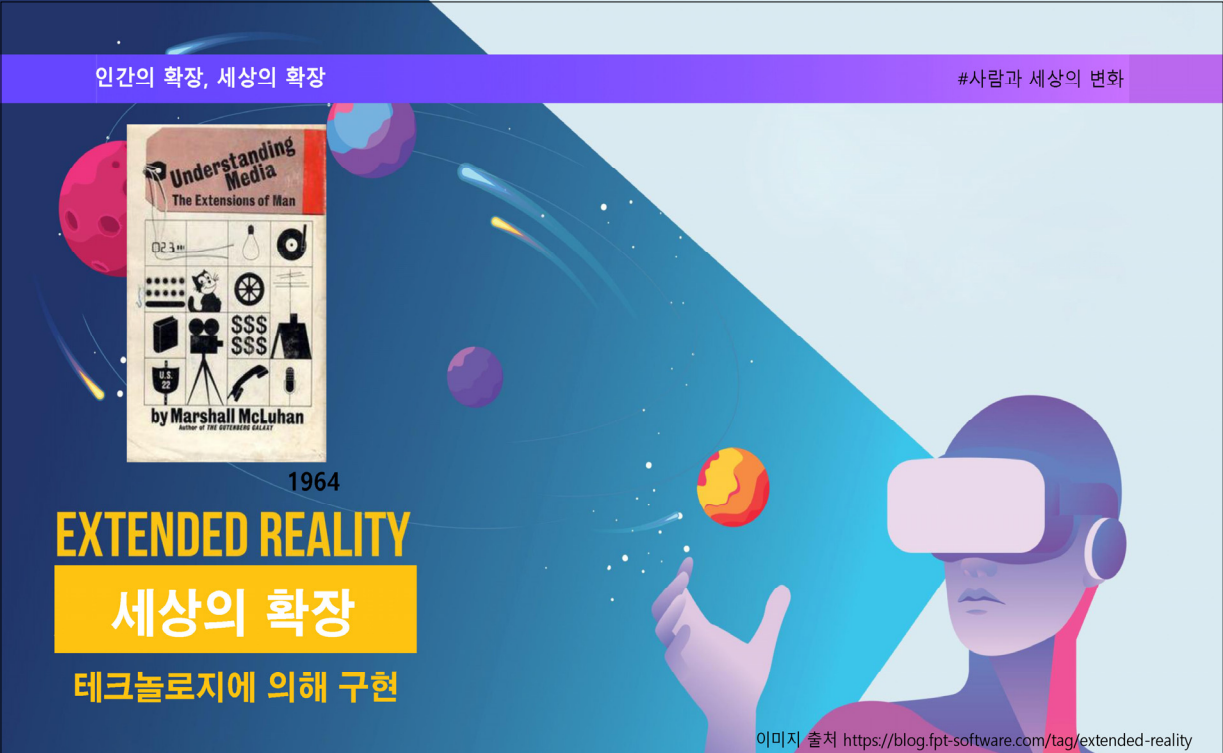


1964

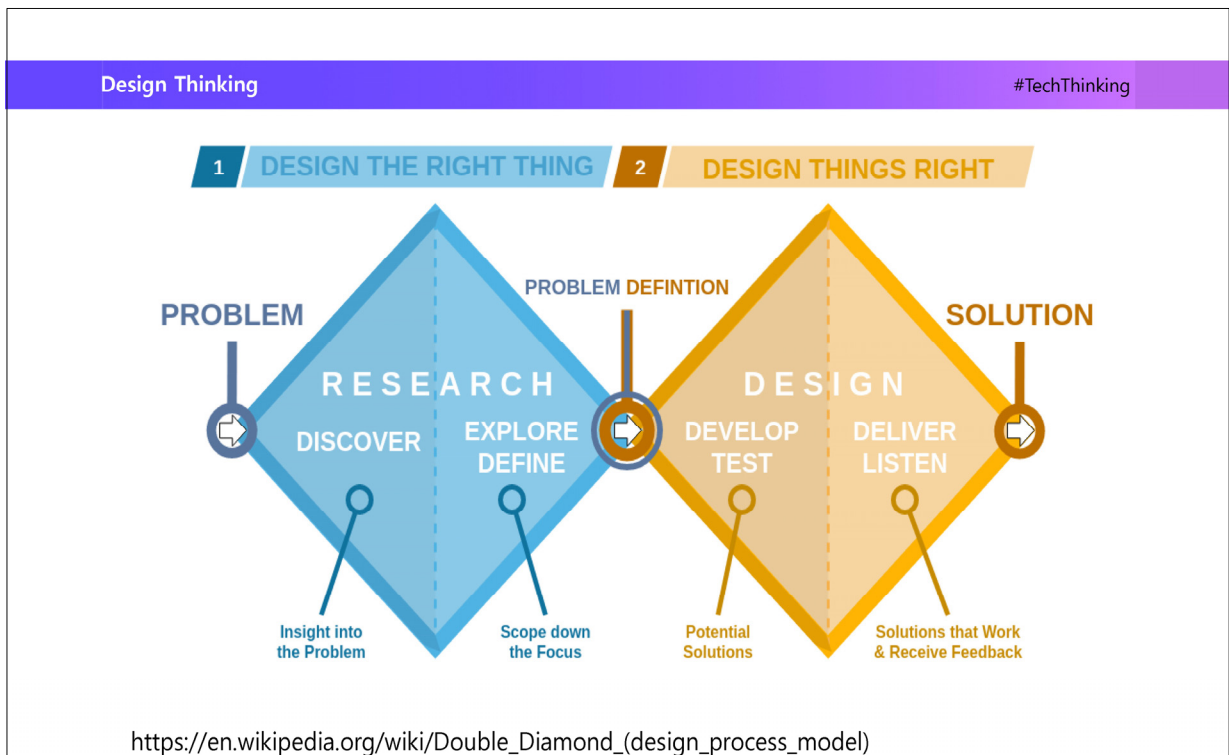
EXTENDED REALITY

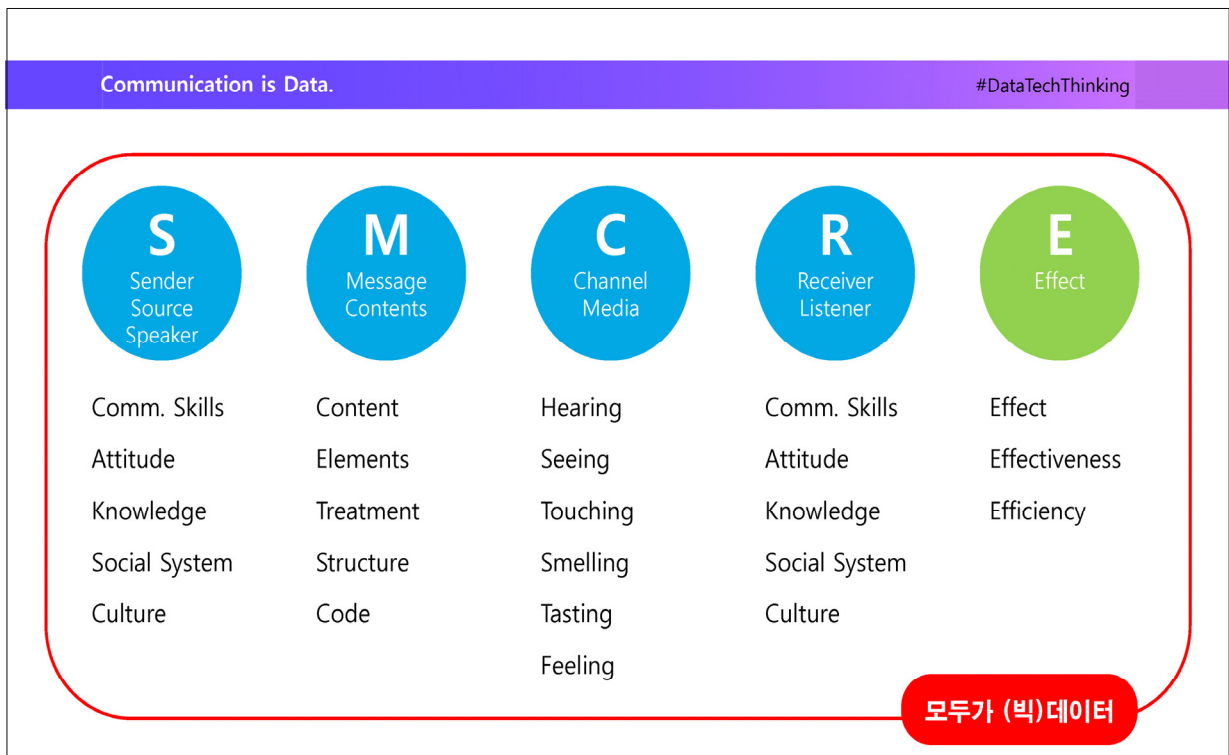
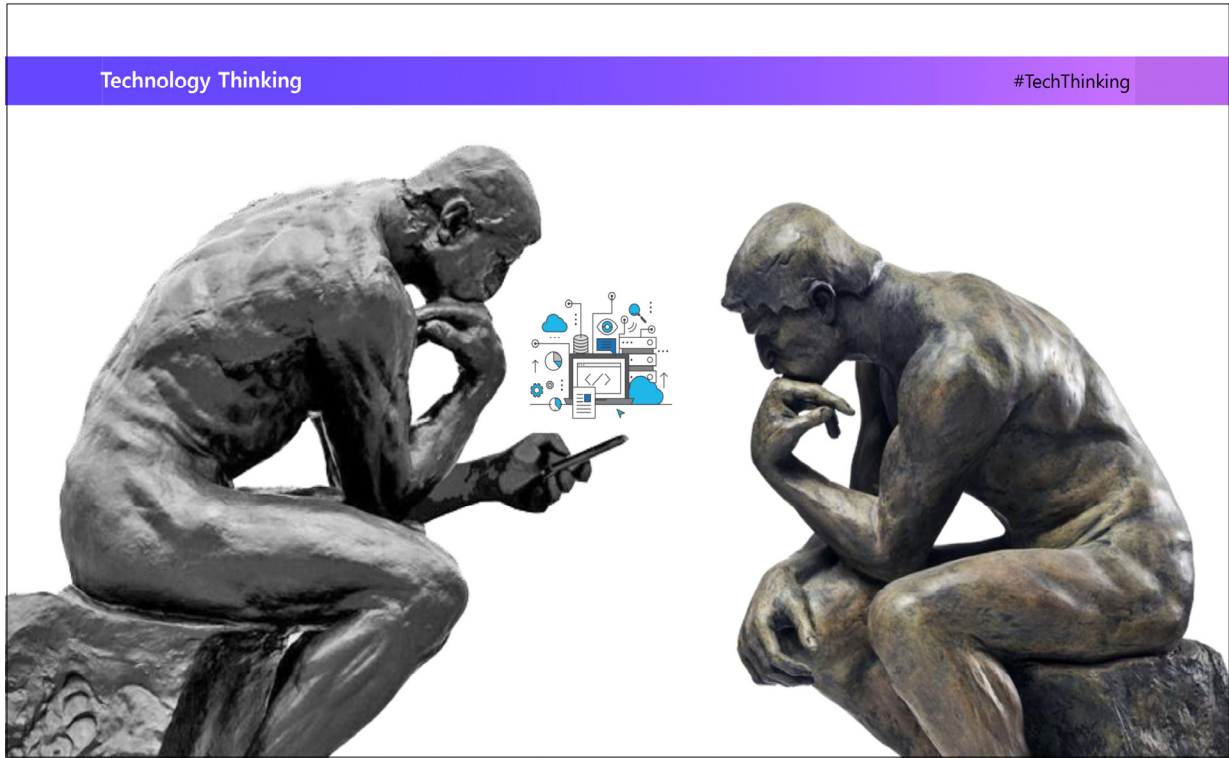
세상의 확장

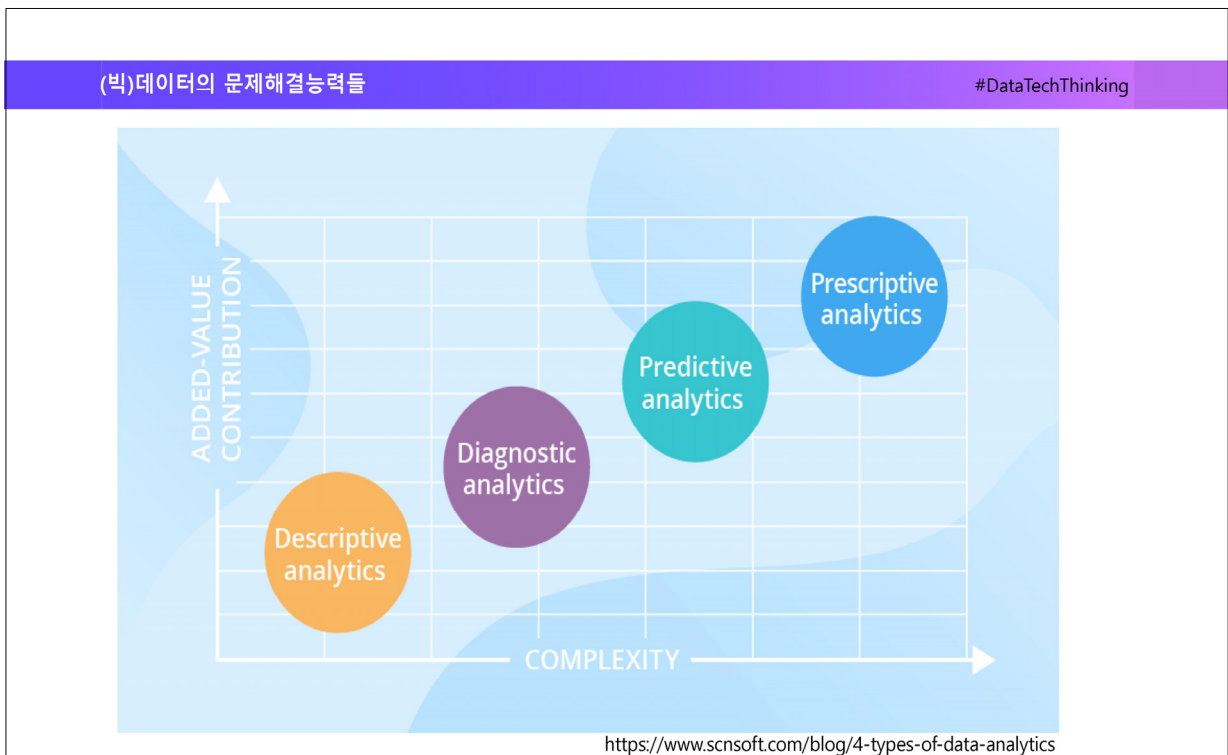
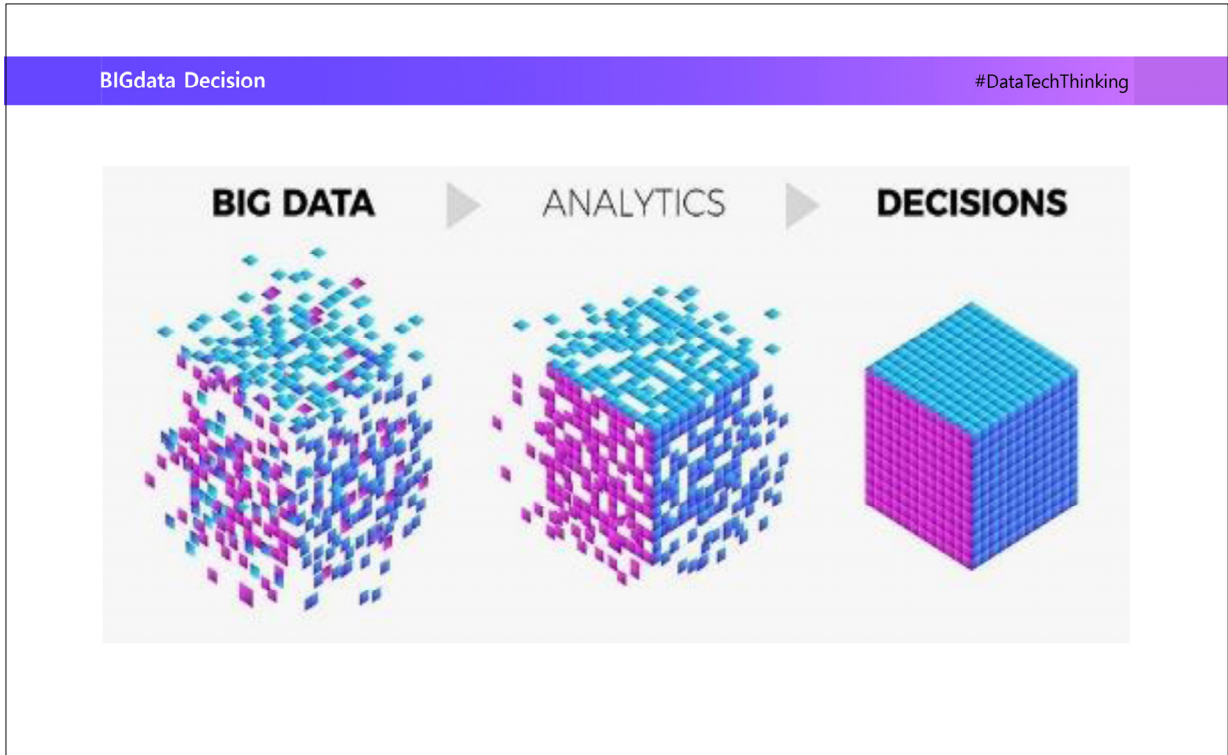
테크놀로지에 의해 구현



이미지 출처 <https://blog.fpt-software.com/tag/extended-reality>







다중지능이론(multiple intelligence theory: Gardner, 1983~)
#AITechThinking

언어지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 언어의 의미, 소리, 기능에 대한 민감성 ✓ 언어의 활용과 관련된 능력 (e.g. 브레인스토밍, 이야기 꾸며 달하기)
논리수학 지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 논리적, 수학적 유형에 대한 민감성 ✓ 논리적 사고, 수학적 계산, 관계 이해, 추론, 패턴과 유형 인지능력, 문제 이해능력 (e.g. 소크라테스 문답법, 체계적으로 생각하기)
대인관계 지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 타인의 기분, 동기, 의도를 구분하고 대응하는 능력 ✓ 타인에 대한 지식에 따라 행동할 수 있는 잠재능력 (e.g. 협동학습)
자연관찰 지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 동식물이나 주변 사물을 관찰하여 공통점과 차이점을 분석하는 능력 (e.g. 곤충이나 식물의 특징 관찰하기)
음악지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 음악에 대한 민감성 ✓ 음과 음절을 리듬이나 구조로 결합하는 방법과 음악의 정서적 측면을 이해하는 능력 (e.g. 노래하기, 리듬치기)
공간지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 시공간 세계에 대한 예민한 지각 ✓ 시공간적 세계를 정확히 지각하고, 지각한 것을 토대로 시공간적 세계를 변형, 수정, 재창조 하는 능력 (e.g. 그림, 그려보러 그려보기)
신체운동 지능	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 신체나 사물을 능숙하게 다루는 능력 (e.g. 몸동작으로 말하기, 인곡으로 표현하기)
개인 내적 지능 (개인어해 지능)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 자신에 대한 이해, 통찰, 통제능력 (e.g. 수업 중 잠깐 명상하기, 자신의 목표 설정하기)
실존 지능 (영적 지능)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 인간의 존재 이유, 삶과 죽음, 희로애락, 인간의 본성 및 가치에 대해 철학적, 종교적 사고를 할 수 있는 능력 ✓ 아동기에는 거의 출현하지 않음 (반쪽 지능)

https://en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_multiple_intelligences

ML vs DL
#AITechThinking

https://medium.com/@alanb_73111/artificial-intelligence-vs-machine-learning-vs-deep-learning-ai-vs-ml-vs-dl-e6afb7177436



솔루션으로서의 AI #AITechThinking

더 많은 V 소비자의 감정, 취향, 행동을 분석

더 빨리 더 잘 V 분석

AI Artificial Intelligence

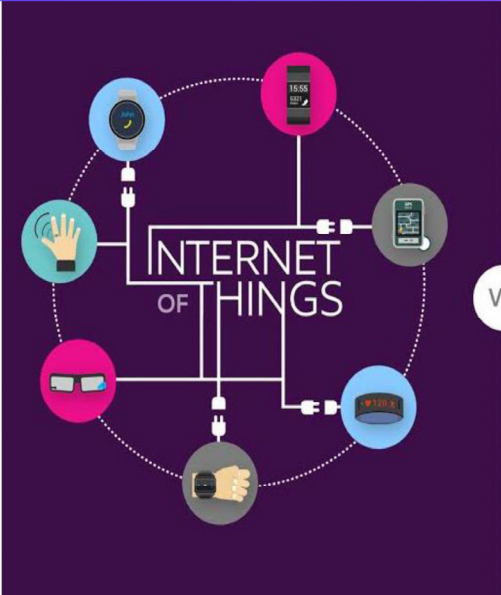

더 확률이 높은 V 성공적인 솔루션을 제시

더 빨리 더 잘 V 제시

기획을 넘어 제작까지

#IoTTechThinking

미래의 중추신경계 사물인터넷(IoT)/만물인터넷(LoE)



VS


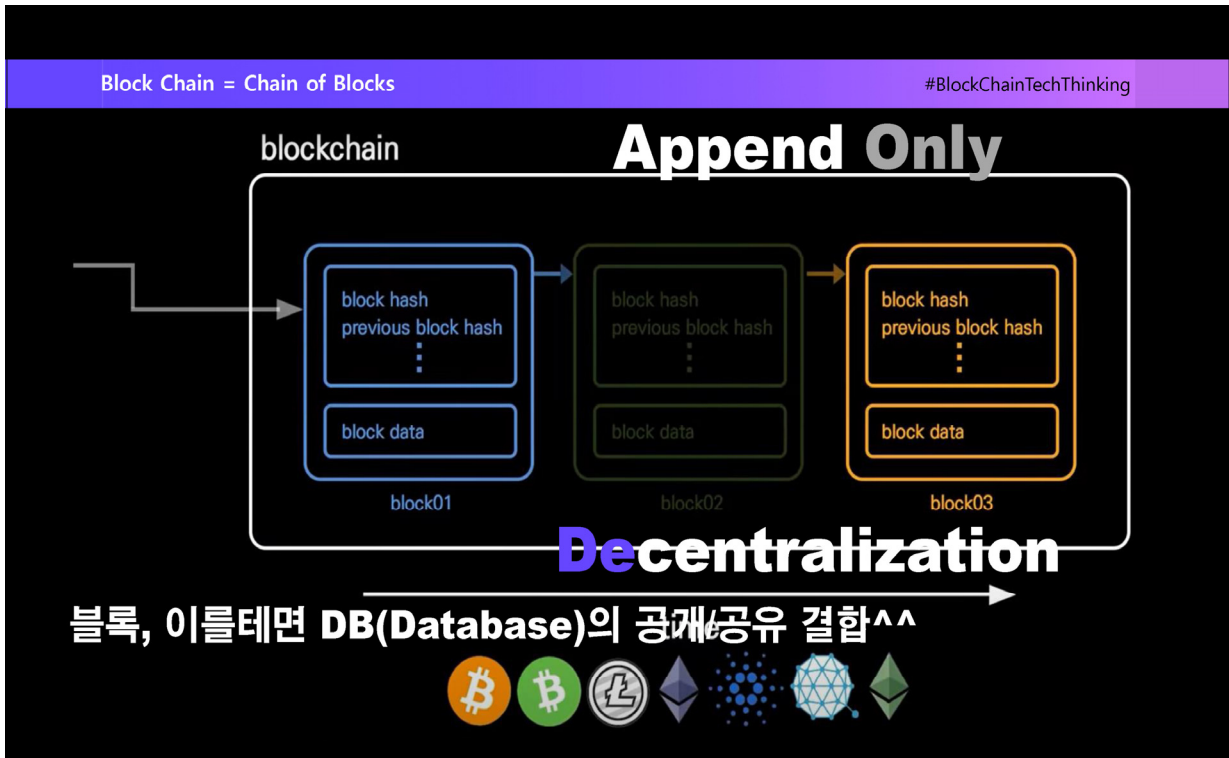
인간 생성 콘텐츠를 넘어 사물, 만물 생성 콘텐츠의 활용 시대로~~

#IoTTechThinking

IoT 관련 이슈들(생각X3)

- ✓ IoE. 모든 것이 연결된다는 것은 아날로그도 연결된다는 의미이기에 센싱(input)과 로봇(output) 영역까지.
- ✓ 인터넷이 사람들을 연결하여 인류가 진화하였듯이 사물들이 연결되어 세상이 진화^^
- ✓ 사물이 살아있다. 사물이 관계한다.
- ✓ 나 → 내 웨어러블, 내 차, 내 주변, 내 워크스페이스, 도시, 국가, 세계, 우주....
- ✓ 빅데이터 기술은 IoT의 품질을 결정하는 핵심적 역할
- ✓ 스캐닝 vs 모니터링
- ✓ 마케팅에서의 적용은?
- ✓ 오히려 인간이 IoT의 틀??
- ✓ 사물이 선물?





NFT의 개념 #BlockChainTechThinking

BLOCKCHAIN > ethereum > NFT

Digital Currency
+ Smart Contracts

메타버스 경제인프라의 핵심
단순히 콘텐츠를 거래하는 '신개념 전자상거래'를 넘어,
서로 다른 메타버스를 연결하거나 특정 세계의 자산 혹은 데이터를
다른 세계로 옮기는 데도 유용하게 사용

브랜드가치 구축을 위한 홍보의 장
가상세계에서 제품, 서비스를 노출하며 홍보
제페토에서 판매되는 아바타용 옷과 소품을 판매하는 구찌
동물의 숲의 울레드 섬을 활용한 LG전자의 제품 홍보
패션, 식음료, 전자제품, IT 서비스 기업들은 이미 메타버스에서 브랜드 가치 구축 중

탈중앙화된 애플리케이션을 위한
글로벌 오픈 소스 플랫폼

Non-Fungible Token

이더리움의 킬러 앱
디지털 원본 인증서

가상현실 내 자산에 대한
기록 또는 소유권

#BlockChainTechThinking

		<p>개인화, 지능화, 상황인식 3키워드의 맞춤형 AI 웹 데이터의 의미/가치가 핵심</p> <p>웹 1.0 : 회사 운영 / 콘텐츠 소비만 가능 / 데이터 사용량 낮아 / MSN메신저 등</p> <p>웹 2.0 : 플랫폼 운영 / 콘텐츠 소비 및 생산 / 데이터 사용량 높아 / 트위터, 유튜브</p> <p>웹 3.0 : 개인화된 탈중앙화 웹. 사용자 중심으로 콘텐츠 생산, 소비, “소유” 가능.</p> <p>https://blog.naver.com/chilizkr/222608444430</p> <p>웹3.0은 블록체인 기능을 통해 콘텐츠와 관련 수익에 대한 권리, 개인정보 모두 관리 가능</p>
Feature		
Focus	Tagging and end-user experience	User empowerment through trust, security, and privacy
Driving technologies	AJAX and JavaScript	Semantic Web, AI, Decentralized technologies
State of data	Owned by the network	Owned by an entity and shared through the network
Extensive use of 3D graphics	No	Yes
Focus area	Community	Individual
Type of applications	Web applications	Smart applications that leverage AI and ML
Advertising	Interactive advertising	Behavioral advertising

#5G6GTechThinking

5G의 특징

5G^{eneration}

초고속 4G보다 20배 빠른 20 Gb/s
빅데이터, 멀티미디어 등 대용량 데이터를 빠르게..

초연결 1 Km²당 100만개 노드 연결
IoT, loB, loE(사물/생체/만물 인터넷)의 인프라 구성

초저지연 반응속도 1ms(밀리세컨드: 0.001초)
실수와 오류를 최소화 할 수 있는 안전&신뢰

기기(node) - (Mobile) Edge Computing (Platform) - Cloud

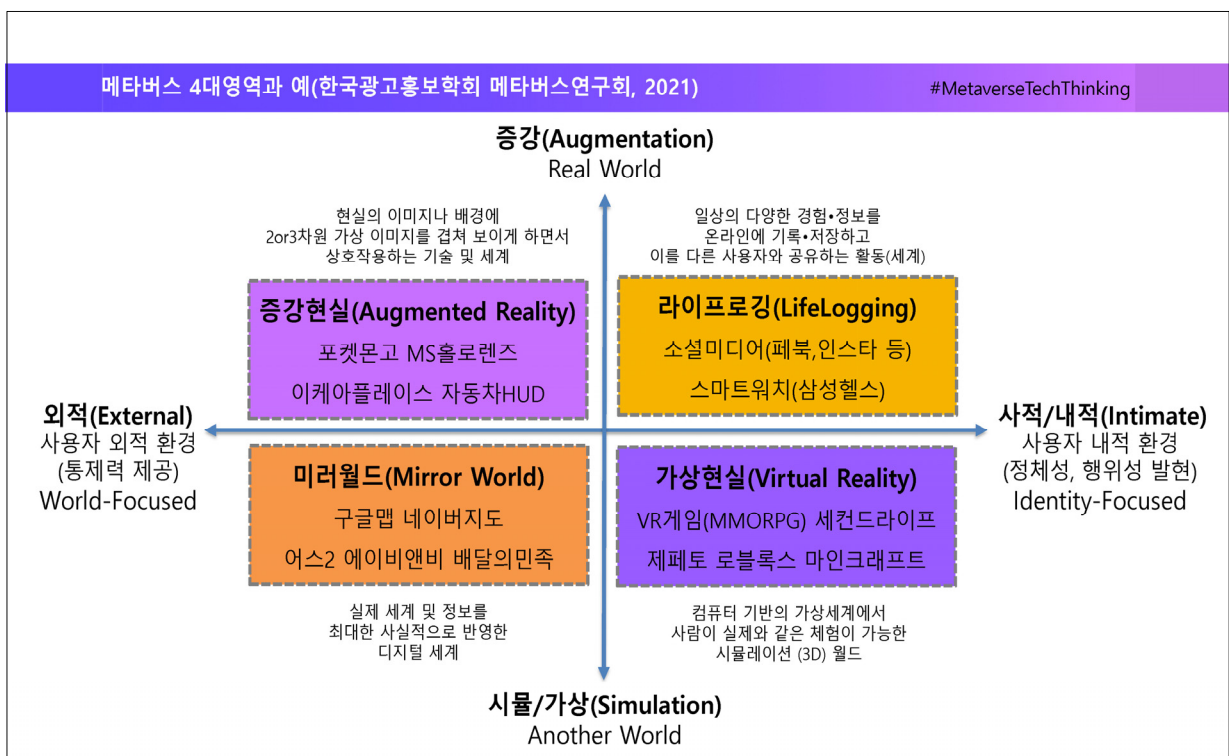
- 데이터 결맞음 향상
- 실시간 서비스 제공
- 개인정보보호

초능력자들의

초[超]시대

속도만 생각하던 시대에서
더 많은 연결과 더 안전한 연결을 생각하는 시대로~
그게 5G.





메타버스 광고의 SWOT(김동성·김활빈·장정현, 2021) #MetaverseTechThinking


<p>S</p> <ul style="list-style-type: none">• 몰입감·실재감을 지닌 새로운 경험의 기회 창조·제공• 빅데이터를 연계한 정밀한 타겟마케팅• 새로운 메타버스 세대들과의 소통 및 관계 방식에 적합	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none">• 초기의 고투자비용• 낮은 완성도 및 창의성의 문제• 과도한 광고와 그에 따른 광고 회피·거부• 아직 대중화되지 않은 시장
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none">• 메타버스 관련 기술의 발전과 사용자 시장의 증장기적 대중화 및 확장• 창의적이고 다양한 메타버스 콘텐츠 및 플랫폼의 개발과 성장	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none">• 소수 거대 플랫폼에 의한 독과점• 코로나19 종식 후의 시장 위축• 프라이버시나 보안·범죄 문제• 건강 문제• 불편한 이용환경



새로운 경험적 미디어로서의 메타버스와 광고

발표: 김주영(조지아대)

토론: 김태양(대진대)



새로운 경험적 미디어로서의 메타버스와 광고

김주영 교수
University of Georgia
광고PR실학회



Origin and history



Some key historical moments of Metaverse

- Origin
 - Neal Stephenson's novel *Snow Crash* in 1992
- Thinking
 - Metaverse Roadmap, 2007
- Visualized
 - Steven Spielberg's film *Ready Player One* in 2018
 - Oasis
- Action
 - Facebook → Meta, October 28, 2021
 - Nvidia Omniverse. "The metaverse is coming" (Jensen Huang, 2021)

Neal Stephenson's "Metaverse"

- An urban environment
- The Street
- Owner of the virtual real estate: Global Multimedia Protocol Group
- Access provider: Through L. Bob Rife's global fiber-optic network
- Users gain access to Metaverse through:
 - personal terminals
 - low-quality public terminals in booths.
- Gargoyles
- User experience
 - First-person perspective.
 - Through avatars of any form
 - with the sole restriction of height
 - Transportation within the Metaverse is limited to analogs of reality by foot or vehicle, such as the monorail that runs the entire length of the Street



https://en.wikipedia.org/wiki/Snow_Crash



Hype

Deloitte. Services ▾ Industri

Key takeaways


- Deloitte's **Unlimited Reality** offering helps clients harness next generation strategies, tools, and technologies to **create and connect virtual worlds** for industrial, workplace, enterprise, and consumer contexts.
- Our new **Dimension10 Studio** provides both a physical and virtual destination, an innovation space where Deloitte professionals and clients can develop and test break-through capabilities that leverage virtual worlds **powered by enabling technologies** (e.g., AI, blockchain, IOT, AR/VR, 5G) that require the most advanced computational infrastructure and skills.
- Deloitte's Unlimited Reality offering allows clients to explore, and even simulate, cross-industry Artificial Intelligence use cases outlined in **"The AI Dossier"** in a virtual world to accelerate the innovation cycle.
- The Unlimited Reality offering and Dimension10 studios will extend Deloitte's collaboration with NVIDIA, leveraging our Deloitte Center for AI Computing and the power of **NVIDIA's Omniverse Enterprise** platform for 3D design collaboration and virtual world simulation.

Press releases

Deloitte Launches Unlimited Reality: An Experience and Impact Offering for Virtual Worlds

Differentiated set of offerings, including a studio and innovation space, is designed to help educate, inspire, accelerate and execute on client goals for the metaverse

[in](#) [twitter](#) [facebook](#) [pinterest](#) [email](#) [save for later](#)




Walmart is quietly preparing to enter the metaverse

Walmart is quietly preparing to enter the metaverse

PUBLISHED SUN, JAN 16 2022-10:32 AM EST | UPDATED TUE, JAN 18 2022-9

Lauren Thomas
@LAURENTHOMAS

USPTO TRADEMARK APPLICATION



SERIAL #:
97197301

FILING DATE:
DECEMBER 30, 2021

OWNER:
WALMART APOLLO, LLC


WALMART

IC 036: Financial services, namely, providing a digital currency and a digital token of value for use by members on an online community via a global computer network

KEY POINTS

- Walmart appears to be venturing into the cryptocurrency and collection of NFTs.
- The big-box retailer filed several new trademark intent to make and sell virtual goods.
- In a separate filing, Walmart said it would offer non-fungible tokens, or NFTs.

USPTO TRADEMARK APPLICATION



SERIAL #:
97197298

FILING DATE:
DECEMBER 30, 2021

OWNER:
WALMART APOLLO, LLC

WALMART

IC 035: On-line retail store services featuring virtual merchandise, namely, electronics, appliances, indoor and outdoor furniture, home décor, toys, sporting goods, outdoor recreation, health, beauty and personal care products, household essentials, apparel, patio, garden, lawn care and landscaping products, home improvement products, grilling products, entertainment recordings, video games, books and publications, musical instruments, office supplies, arts and craft supplies, holiday and celebration supplies, jewelry, and pet products

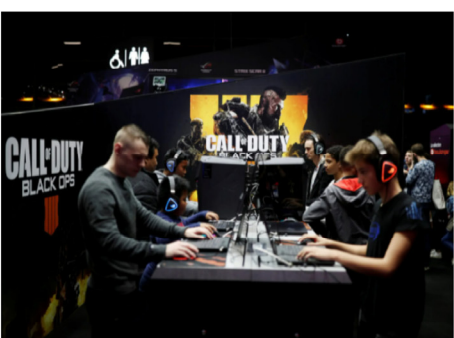
The graphic represents only a portion of the application. For the full application, visit: https://pub.uspto.gov/#/caseNumber=97197298&caseType=SERIAL_NDR&searchType=statusSearch

The New York Times

Daily Business Briefing >

Microsoft will buy Activision Blizzard, betting \$70 billion on the future of games.

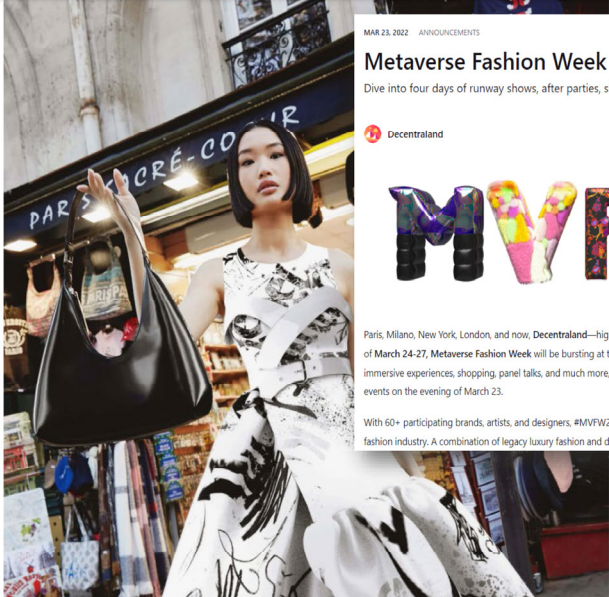
With the deal, the largest in the software maker's history, Microsoft will acquire Activision's huge pool of users and access to some of the world's most popular games.



In buying Activision Blizzard, the maker of Call of Duty, Microsoft will inherit hugely popular titles — and an employee revolt over accusations of sexual harassment.
Benoit Tessier/Reuters

VOGUEBUSINESS MEMBERSHIP TALENT


TECHNOLOGY SUSTAINABILITY COMPANIES FASHION RETAIL BEAUTY DATA EVENTS ADVANCED



Metaverse Fashion Week is here!
Dive into four days of runway shows, after parties, shopping, panel talks, and more.

MAR 23, 2022 ANNOUNCEMENTS

Decentraland



Paris, Milano, New York, London, and now, Decentraland—high fashion has gone virtual! Over the course of March 24-27, Metaverse Fashion Week will be bursting at the seams with runway shows, after-parties, immersive experiences, shopping, panel talks, and much more, starting with a few exciting opening events on the evening of March 23.

With 60+ participating brands, artists, and designers, #MVFVW is a milestone event in the global fashion industry. A combination of legacy luxury fashion and digital-native brands will showcase their

TECHNOLOGY

What fashion week looks like in the metaverse

Just after fashion month in the physical world, Decentraland will host a four-day digital fashion week replete with virtual shows, stores and events. Here's what to know now.

BY MAGHAN MCDOWELL
1 FEBRUARY 2022

CNBC Search quotes, ne


MARKETS BUSINESS INVESTING TECH POLITICS CNBC TV WATCHLIST CRAMER PRO MAKE IT





PROSPECTUS SEI INVESTMENTS DISTRIBUTION CO.

RETAIL

Best Buy could cash in from rise of the metaverse, analyst says

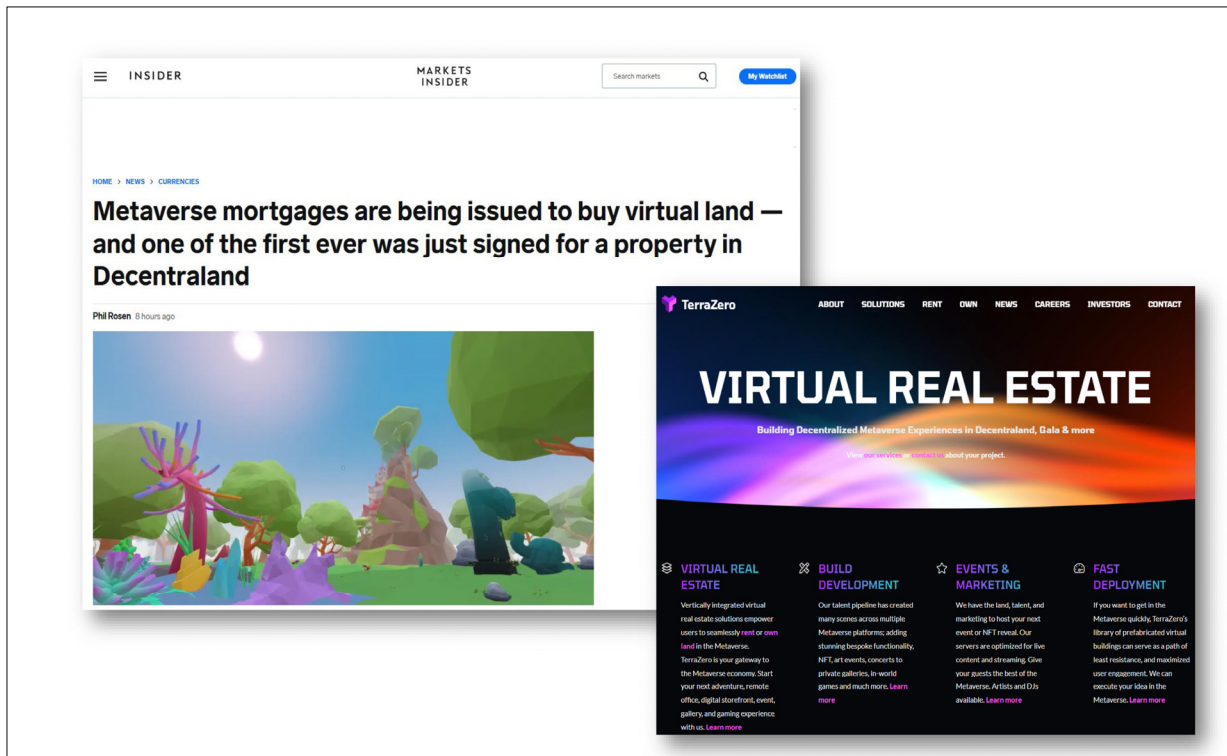
PUBLISHED MON, JAN 31 2022-1:11 PM EST | UPDATED MON, JAN 31 2022-6:35 PM EST

 **Melissa Repko**
@MELISSA_REPKO

SHARE    

KEY POINTS

- Best Buy could be a beneficiary as more consumers and companies dive into the metaverse, according to a research note on Monday by Loop Capital Markets.
- The consumer electronics retailer could see a "massive PC upgrade cycle" and a jump in sales of virtual reality headsets, microphones and other equipment, said Managing Director Anthony Chukumba.
- Loop said it based its views on a conversation with an unnamed CEO and venture capitalist who specializes in NFTs, blockchain, decentralized finance, gaming and the metaverse.




Anti-Hype and Cooling Off

The screenshot shows the top of a webpage from The Motley Fool. The navigation bar includes links for 'Our Services', 'Investing Basics', 'Stock Market', 'Retirement', 'Personal Finance', and 'About Us', along with a 'Latest Stock Picks' button. Below the navigation, a banner reads 'FREE ARTICLE Join Over 1 Million Premium Members And Get More In-Depth Stock Guidance and Research'. The main headline is 'Mark Zuckerberg's Metaverse Vision Is Costing Shareholders Dearly. Can the Stock Survive?' by Keithen Drury, dated May 11, 2022. To the right is a stock price widget for Meta Platforms, Inc. (NASDAQ: FB) showing a market cap of \$518B, a price change of +3.55% (\$6.78), and a current price of \$198.02. Below the headline, a 'KEY POINTS' section lists three bullet points: 'Meta Platforms' revenue is still growing, but profits are falling.', 'The stock has a low valuation compared to other companies.', and 'A recession could hurt Meta's only profitable business segment.' A link for 'Motley Fool Issues Rare "All In" Buy Alert' is also present.

The screenshot shows the top of a webpage from TechSpot. The navigation bar includes links for 'TRENDING', 'FEATURES', 'REVIEWS', 'THE BEST', 'DOWNLOADS', 'VIDEO', 'PRODUCT FINDER', and 'FORUMS'. Below the navigation, a sub-navigation bar shows 'INDUSTRY', 'FACEBOOK', and 'META'. The main headline is 'Meta axes projects at Facebook Reality Labs, the division behind its metaverse push' by Rob Thubron, dated May 12, 2022. Below the headline, a sub-headline reads 'It's not clear which projects are being shuttered'. The article features an image of a person in a black and white skeleton bodysuit standing in a virtual environment with a large, glowing, futuristic structure. Below the image, a text block reads: 'What just happened? Is Meta's dream of a metaverse turning into a nightmare? The company has announced it will be making cutbacks within the Reality Labs division, the business that is focused on Meta's hardware'.

yahoo/finance

There's 'a very big question' surrounding the metaverse, early Facebook investor Reid Hoffman says

 **Brian Sozzi** · Anchor, Editor-at-Large
Tue, May 10, 2022, 6:55 AM · 3 min read

In this article:

FB	☆	Performance Outlook
+3.84%	Watchlist	2W-6W 6W-9M 9M+

Meta (FB) may be too early on investing so much to build the metaverse, says early Facebook investor Reid Hoffman.




"Metaverse is one of the [technologies] where it's inevitable it happens, but when and how is a very big question," the LinkedIn founder and "The Startup of You" author said on a new episode of [Yahoo Finance Presents](#) (video above), later adding: "I don't see the signs yet that tell me that the metaverse is going to happen."

CNET Your guide to a better future Tech Money Home Wellr


Mobile

iPod Creator Tony Fadell Isn't Buying the Metaverse Hype

We need to fix the problems that already exist on today's social platforms, he says.

 **Lisa Eadicicco** 
May 13, 2022 9:00 a.m. PT 4 min read 

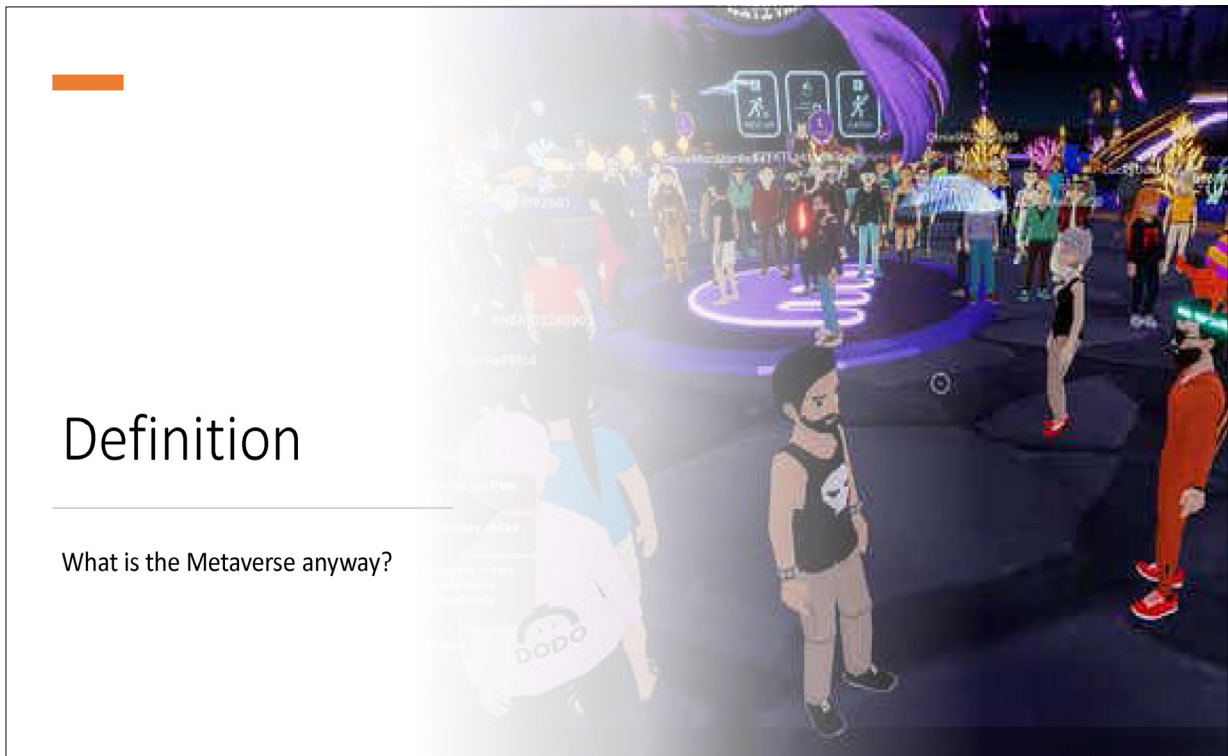
CNET editors pick the products and services we write about. When you buy through our links, we may get a commission.



WIRED Don't Call Tony Fadell an Asshole—He Prefers 'Mission Driven'

I think the metaverse is wrong. Yes, there are incredible uses for AR, VR, and XR—if they're focused on a certain task. But in the virtual world, the meta world, whatever you want to call it, I can't look into your eyes, I can't see your face, to build trust and a real personal connection. There's no dancing in the virtual world when people don't even have bodies. When I'm actually with someone, my hair stands up on the back of my neck, because my body has a sensor for that.

But there's another reason I say fuck the metaverse. We have scarce brains, scarce resources, and very scarce time to fix the climate crisis.



Based on:

Article metrics as of 5/13/2022

JOURNAL OF INTERACTIVE ADVERTISING
2021, VOL. 21, NO. 3, 141-144
<https://doi.org/10.1080/15252019.2021.2001273>

Advertising in the Metaverse: Research Agenda

Jooyoung Kim

Department of Advertising and Public Relations, Grady College of Journalism and Mass Communication, University of Georgia, Athens, Georgia, USA

Metaverse is a term that has been gaining traction in the tech world since 2020. The term *metaverse*, a three-dimensional virtual world inhabited by avatars of real people—and coined by Neal Stephenson in his novel *Snow Crash* (1992)—became one of the hottest tech terms in 2021. In fact, a Google Trends search shows the term has been actively searched since early 2021, starting around the time when Roblox went public on March 10, then when Nvidia CEO Jensen Huang said in April that the company's next step was to create a metaverse (Shapiro 2021), and when Facebook CEO Mark Zuckerberg announced his decision to rebrand the company with a new name, Meta, on October 28. Zuckerberg also stated the change would come with a new logo (an infinity sign) and even a new stock ticker, MVR5 (Kelly 2021).

Some critics say that the metaverse is a vague concept or simply “the feel-good place of the exciting future” created by tech giants without enough applications of it that are useful to users (WORT 89.9FM Madison 2021), or that it is simply a fantasy world created by the powers that be to control our lives and drive us to the “black hole of consumption” (Bogost 2021). Many others, however, believe the metaverse is not a buzzword but an evolution that is already under way (Lee 2021). In fact, the metaverse is not a new concept that tech companies are just now beginning to actively consider. The *Metaverse Roadmap*, published in 2007 (Smart, Cascio, and Paffendorf 2007), predicted that the Internet in the 10 years that followed would see “an all-encompassing digital playground where people will be immersed in an always-on flood of digital information, whether wandering through physical spaces or diving into virtual worlds” (Terduman 2007). The prediction was not simply fantasy but based on the emerging technologies that were already being developed. The *Metaverse Roadmap* team in 2007 identified the four main scenarios of the metaverse world: augmented reality, lifelogging, virtual worlds, and mirror worlds. In less than 15 years, leading tech companies now see the opportunities to

Defining the metaverse

Core Elements

- Virtual Environment
- Embodied Actors
- Immersion
- Concurrence
- Interactivity
- Interoperability
- Continuity

Definition of metaverse

Table 1. Current definitions of the metaverse

Source	Definition	Defining Elements Used						
		VE	IA	IO	IM	CC	CN	EA
Smart et al. (2007)	The convergence of 1) virtually enhanced physical reality and 2) physically persistent virtual space. It is a fusion of both, while allowing users to experience it as either.	O		o	o	o	O	
Seo (2008)	The space where virtual space and the real world actively interact. Also, it is another world that is an intersection of the virtual world and the real world embodied by 3D technology.	O	O	o	o	o		O
Donisio et al. (2013)	Metaverse literally means a universe beyond the physical world. More specifically, this "universe beyond" refers to a computer-generated world, distinguishing it from metaphysical or spiritual conceptions of domains beyond.	o						
Srushti IMX (2018)	A group of virtual shared spaces that makes up a universe, where the users choose their avatars, build homes and businesses, conduct meetings, attend classes, find partners, raid 3D villages, invade planets, fly to the sun, and do all sorts of real-life impersonations and impossible stuff on a computer.	O	o	o	o	o	O	O
Herman & Browning (2021)	A fully realized digital world that exists beyond the analog one in which we live.	o			o			
Collins (2021)	A massive virtual world where millions of people - or their avatars - will interact in real time.	o	O			O		O
Caufield (2021)	A shared virtual 3D world, or worlds, that are interactive, immersive, and collaborative.	O	O	o	O	o		
Ball (2021)	A massively scaled and interoperable network of real-time rendered 3D virtual worlds which can be experienced synchronously and persistently by an effectively unlimited number of users with an individual sense of presence, and with continuity of data, such as identity, history, entitlements, objects, communications, and payments.	O	o	O	o	O	O	o
Brown (2021)	The metaverse refers to an immersive digital environment where people interact as avatars.		O		O	o		O
Meta (2021)	The "metaverse" is a set of virtual spaces where you can create and explore with other people who aren't in the same physical space as you. The metaverse isn't a single product one company can build alone.	O	o	o	o	o		o
Kim (2021)	An interoperated persistent network of shared virtual environments where people can interact synchronously through their avatars with other agents and objects.	o	O	O	o	O	O	O

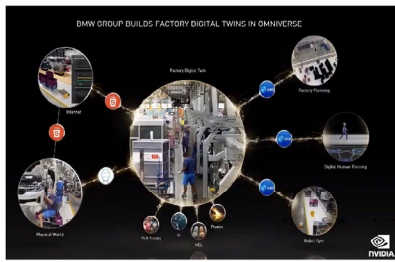
Notes:

- VE = Virtual Environment, IA = Interactivity, IO = Interoperability, IM = Immersion, CC = Concurrence, CN = Continuity, EA = Embodied Actors
- A capitalized O indicates the element or its synonym (e.g., persistency = continuity) was used. A lower-case o indicates the element was implied, though not used, in the definition. E.g., For interoperability: convergence (Smart et al. 2007), intersections (Seo 2008), a group of virtual spaces (Srushti IMX 2018), shared worlds (Caufield 2021), set of virtual spaces (Meta 2021).

“An interoperated persistent network of shared virtual environments where people can interact synchronously through their avatars with other agents and objects.”
(Kim, 2021)

Metaverse is about “connections” simulated in reality

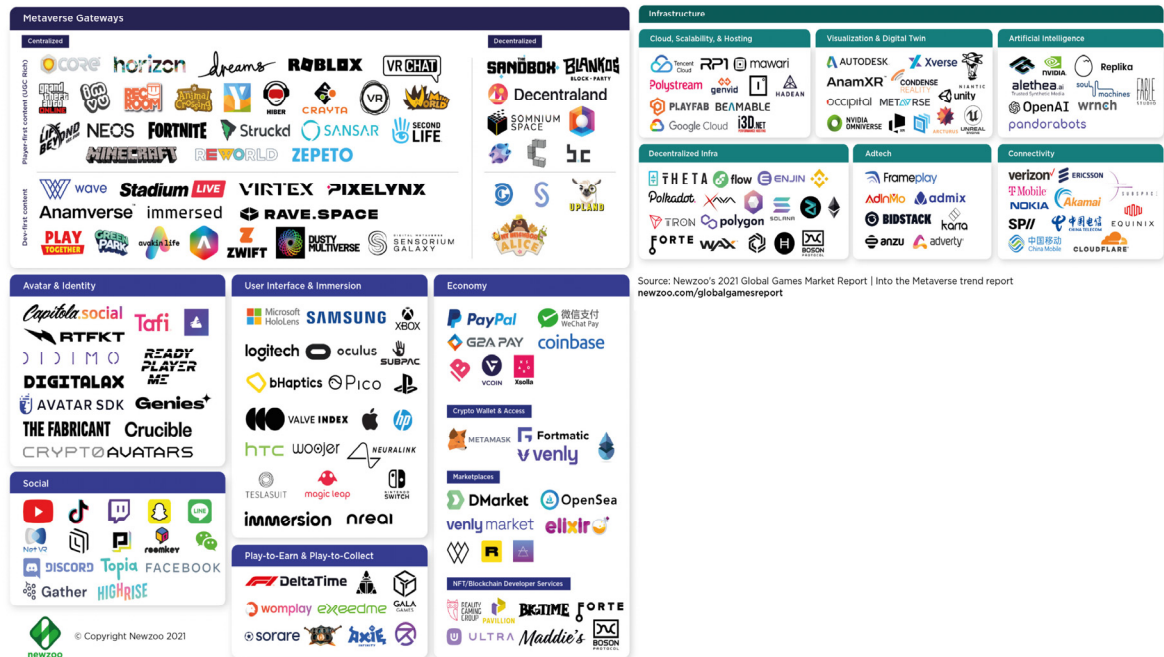
- Things and places
 - Nvidia Omniverse



- People
 - Meta Horizon World



Metaverse Ecosystem Diagram



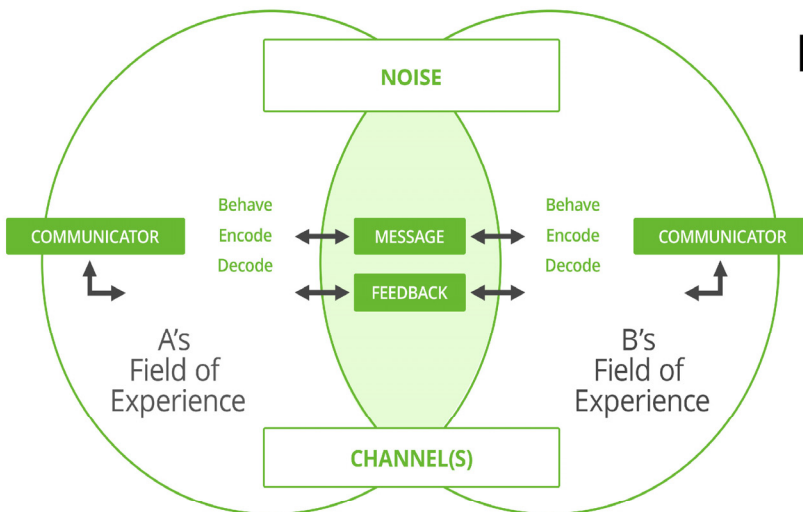
How "communication" happens in the metaverse

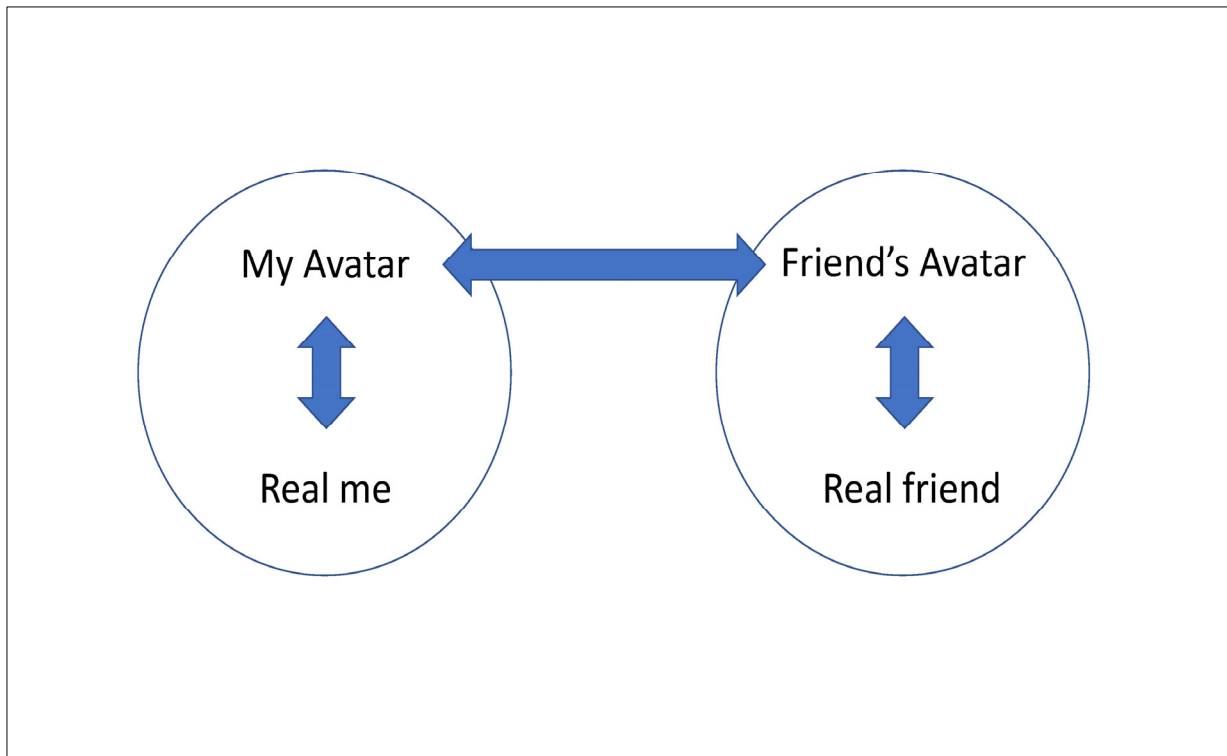
*Structure & Function of
Communication in the Metaverse*



Communication models

메타버스?





Theoretical Perspectives

- Embodied source – not only for presentation but also for engagement
 - Proteus Effect
- Presence, co-creation, imagination → Interactivity → Engagement → Communication effectiveness
 - Not always the case. Less is better, per media and engagement type
- Immersion
 - The ability of a medium to provide users with multiple layers of sensory cues (Steuer, 1992)
 - Depth and Breadth
- Somatosensory cues (additional s to 3s2t)
 - How we perceive our body → embodied interactions with message and agents
- Presence
 - Sense of being there
 - Illusion of non-mediation (Lombard and Ditton, 1997)

Cautions



WIRED

Big Tech Needs to Stop Trying to Make Their Metaverse Happen

The Metaverse is a fuzzy concept: It entered dictionaries via Neal Stephenson's 1992 dystopian sci-fi novel Snow Crash, where the Metaverse is...

1 day ago

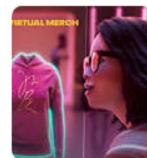


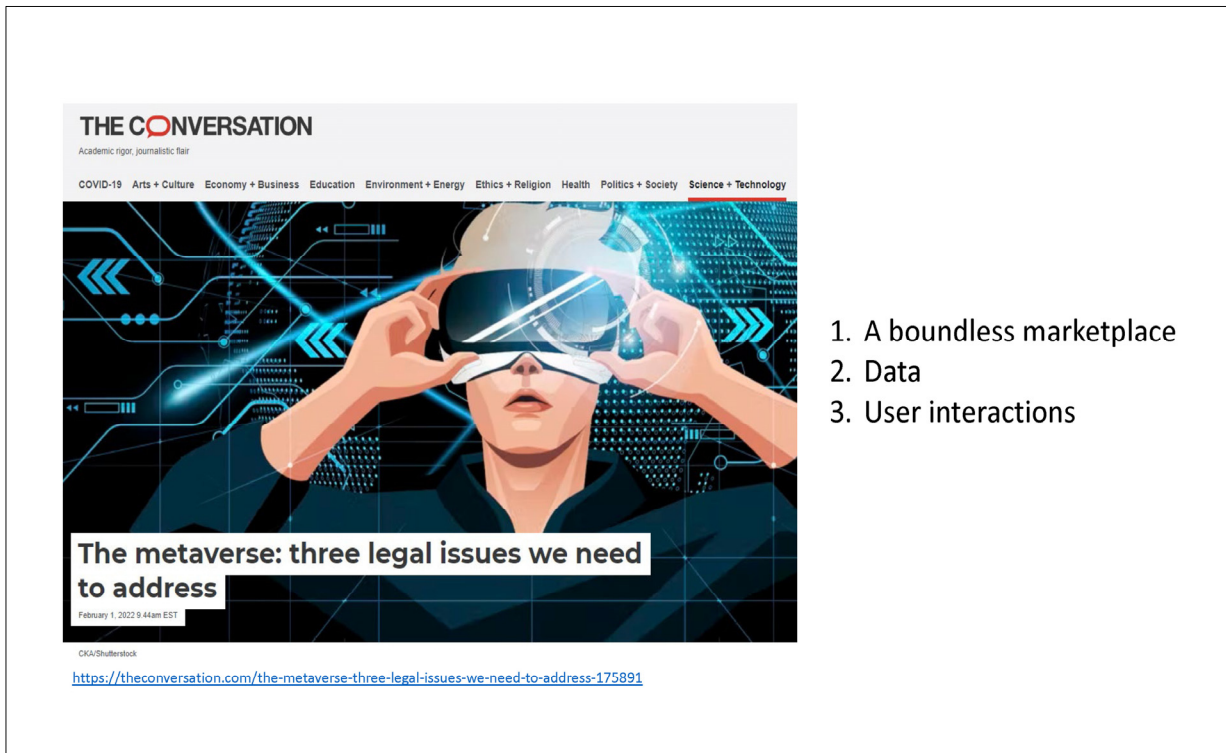
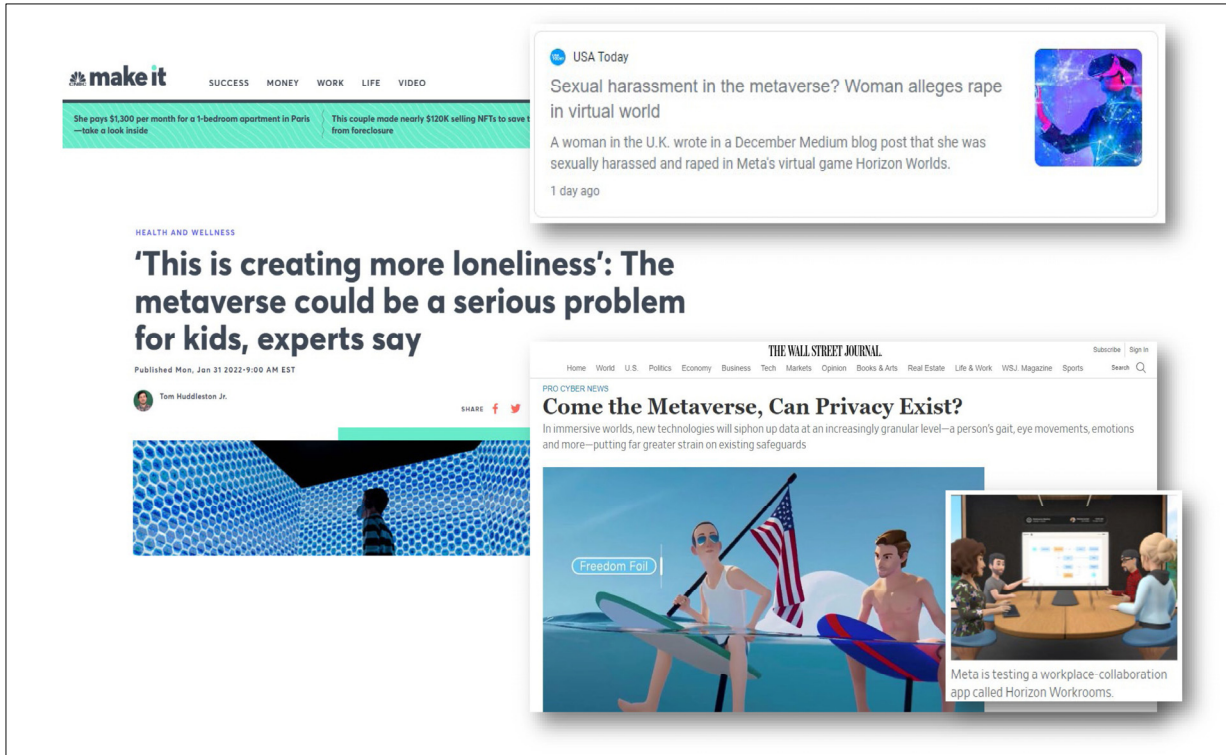
RetailWire

Is the metaverse a bubble waiting to pop? – RetailWire

The metaverse is the collective, persistent, parallel reality created by the stitching of all virtual worlds to form a universe that we can...

6 hours ago





연구와 실무를 위한 아젠다

개념적 정의

연구 방법론

구조적 이론

기능적 이론

정보처리 이론

KPIs

상호운용성

Computational
advertising

데이터
사이언스

NFT

문화적 접근

윤리적, 법적
접근

현실 연계형 가상 관광 메타버스 세상

발표: 한근조(대흥기획)

토론: 이진균(홍익대)

2 0 2 2

현실 연계형 가상 관광 메타버스 세상

- 가상과 현실, 온라인과 오프라인의 경계를 넘는 메타버스 세상
- 메타버스 플랫폼을 활용한 지역 관광 산업의 대응방향 및 관광지 홍보 전략

 **DAEHONG**
COMMUNICATIONS

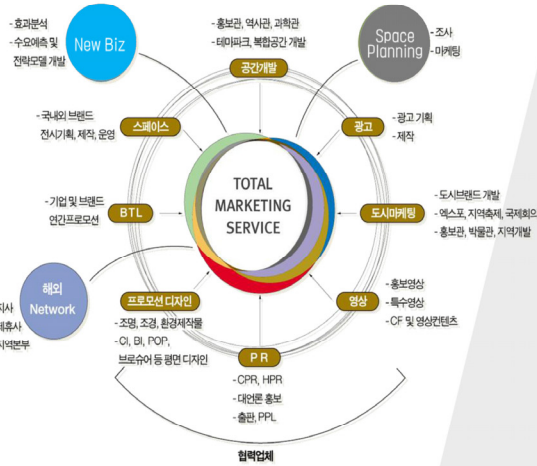
CONFIDENTIAL
This material is proprietary to Daehong communications.
It contains trade secrets and confidential information which is the property of Daehong communications.
This material shall not be used, reproduced, copied, disclosed, transmitted,
in whole or in part, without the express consent of Daehong communications.

—

DAEHONG Communications CREDENTIAL

VALUEST SOLUTION PARTNER

대흥기획은 롯데그룹 계열의 종합광고대행사로 컨설팅 기반의 토탈 마케팅 솔루션을 제공하는 회사입니다



전사의 Best of Best 전략 기획 및 실행 조직이 Client 의 성공적인 캠페인을 위해 함께 합니다

대 표 이 사

AS1본부	AS2본부	AS3본부	AS4본부	CS1본부	CS2본부	CS3본부	CS4본부	Ex-Info본부	전략솔루션본부	Biz Trans본부	경영전략본부
AS1팀	AS5팀	AS9팀	AS12팀	CS1팀	CS6팀	CS10팀	CS14팀	DDEX 센터 BE Cell SE Cell D.I Lab Meta Live SpaceMKT ExProject SportsMKT 프로모션전문팀	전략솔루션1팀	플랫폼&팀	경영기획팀
AS2팀	AS6팀	AS10팀	AS13팀	CS2팀	CS7팀	CS11팀	CS15팀		전략솔루션2팀	가이드&팀	HR전략팀
AS3팀	AS7팀	AS11팀	AS14팀	CS3팀	CS8팀	CS12팀	CS16팀		전략솔루션3팀	리노& 콘텐츠&팀	영양전략센터
AS4팀	AS8팀	컨텐츠3팀	컨텐츠4팀	CS4팀	CS9팀	CS13팀			전략솔루션4팀	부디&팀	인포그래픽팀
컨텐츠1팀	컨텐츠2팀	글로벌솔루션팀		CS5팀					미디어&팀	포피&팀	재정팀
부산지사		대흥치이나							미디어&팀	부디&팀	트라픽팀
대전지사		대흥인도&팀							미디어&팀	포피&팀	장비전략팀
광주지사		대흥비트남							통합&팀	부디&팀	운영&팀
									디지털&팀	부디&팀	

Experience Innovation

클라이언트와 고객 사이,
고객 중심의 커뮤니케이션 전략을 수립하고 이를 기반으로
고객 접점에서의 다양한 고객 경험을 기획하고 혁신하는 전문가 집단

DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center

브랜드 전략을 기반으로 온-오프라인에서 다양한 고객 경험 전략 수립 및 설계, 디자인, 실행

PROMOTION STRATEGY Team

브랜드 경험 중심의 다양한 이벤트 및 프로모션 전략 수립 및 실행

EX PROJECT Team

공공 중심의 메가 이벤트, 박람회 등 대형 프로젝트 기반 전략 수립 및 실행

SPACE MARKETING Team

공간에서 펼쳐지는 다양한 체험, 전시 중심의 콘텐츠 기획 및 실행

SPORT MARKETING Team

스포츠를 통해 파생되는 모든 영역의 마케팅 커뮤니케이션 전략 수립 및 실행

DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center PORTFOLIO

C.I./B.I

브랜드 디자인 환경분석 및 기획을 통해 아이덴티티를 명확히 표현하는 C.I./B.I를 개발합니다.
다양한 브랜드와의 지속적인 작업을 통해 차별화된 브랜드디자인 솔루션을 보유하고 있으며, 이를 통해 기업의 브랜드 가치를 효과적으로 전달해 드립니다.



롯데뉴심볼



서울스카이 BI

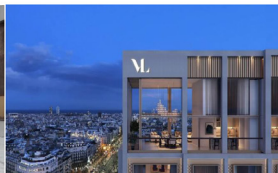


롯데면세점 40주년 엠블럼

ELTZ



ML



MLPLACE



DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center PORTFOLIO

PACKAGE BRANDING

2022 롯데 | 에코플래너 패키지
롯데제과 | 50주년 사사
롯데칠성 | 70주년 사사



DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center PORTFOLIO

Space Identity

2021 Park1538 포함
POSCO 홍보관

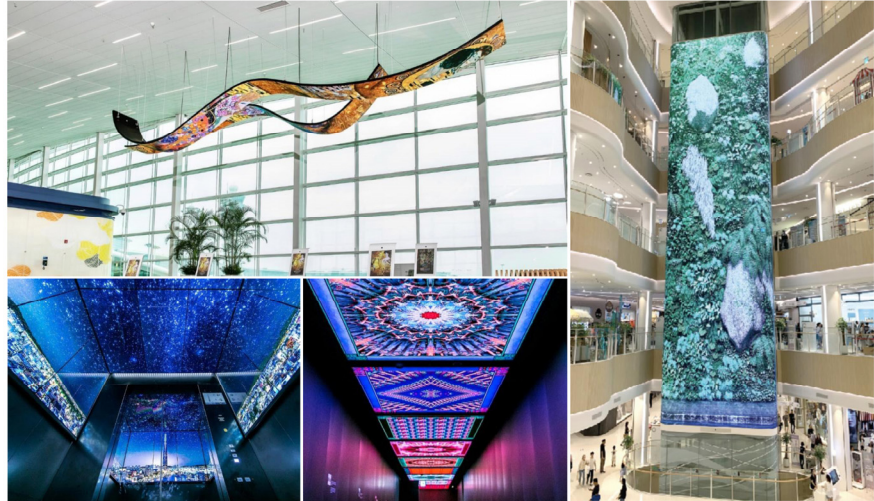
2021 CES LG Display



DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center PORTFOLIO

Digital Arts

브랜드를 경험하는 고객의 문화적 감성을 증대시키는 미술작품 프로젝트를 총괄 진행합니다.
공간적 특성과 브랜드 이미지 분석을 기반으로, 국내외 정상급 작가들과의 협업을 통해 실내외를 아우르는 성공적인 공간 마케팅 솔루션을 선보이고 있습니다.



DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center PORTFOLIO

Digital Media Show

2019
롯데월드타워 미디어 쇼



DESIGN & DIGITAL EXPERIENCE Center PORTFOLIO

Digital Media Show

2016
 렛츠런파크 부산경남
 일루미아 빛 테마파크



PROMOTION STRATEGY PORTFOLIO

Event & Promotion

서태지, BTS, 신승훈, 박진영 등 TOP CLASS 뮤지션과 콜라보 콘서트를 기획하며 대구모 행사 기반의 콘서트, 시상식, 불꽃쇼 등 고객 감동을 선사 하는 대구모 이벤트를 성공적으로 수행 합니다.



EX PROJECT PORTFOLIO

Mega Event & EXPO

국내 최고 수준의 엑스포 수행 경험을 바탕으로, 단순한 행사가 아닌 도시마케팅 관점에서 의의의 공간과 콘텐츠를 설계합니다.

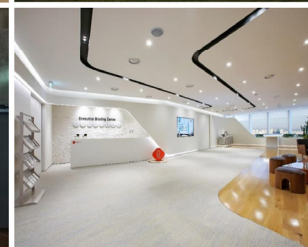
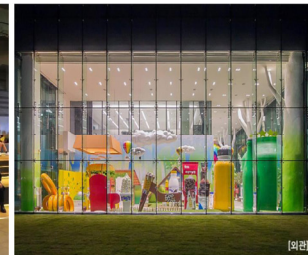
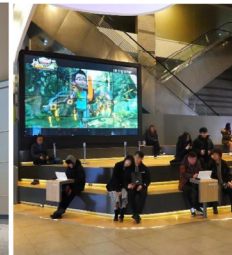
또한 콘텐츠의 특성과 소비자 경험을 중심으로 전시, 체험, 문화행사, 공연 등 다양한 전문 영역을 통합한 솔루션을 제공합니다.



SPACE MARKETING PORTFOLIO

Exhibition & Theme Space

공간을 토대로 한 컨설팅 기반의 전략수립, 컨셉설계, 디자인, 시공, 운영 및 홍보마케팅까지 Total Space Marketing Service를 제공합니다.



SPORT MARKETING PORTFOLIO

Sports Event

스포츠를 중심으로 파생되는 모든 영역의 마케팅 커뮤니케이션을 창출합니다.
 세분화된 전문 엔파워를 통해 스포츠 마케팅 대행사업, 골프단 운영, 스폰서십, 스포츠 이벤트 분야까지 최적의 스포츠 마케팅 서비스를 제공합니다.



New Business

XR 망원경
BORA

&

Meta Live
(메타버스 플랫폼 구축)



New Business

XR 망원경
BORA

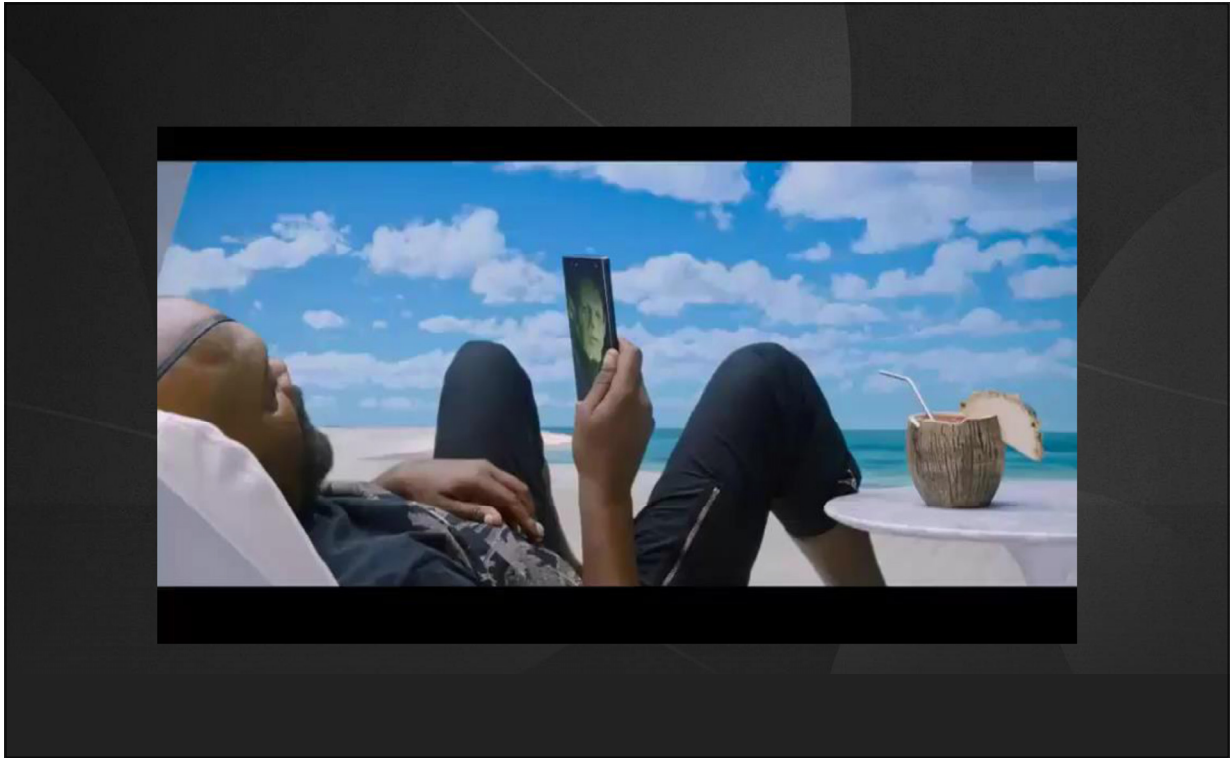
&

Meta Live
현실 연계형
가상 관광 메타버스 플랫폼
메타라이브 구축

현실의 영상 콘텐츠를
가상 세계와 연계 한
세계 최초 가상 관광 메타버스 플랫폼

현실 연계형 가상 관광 메타버스 세상

VALUEST SOLUTION PARTNER



Intro

4차 산업혁명 시대가 요구하는 **새로운 디지털의 세상**



Intro

4차 산업혁명 시대가 요구하는 **새로운 디지털의 세상**

Online for **Online**

Online for **Offline**

Offline for **Online**

Offline for **Offline**



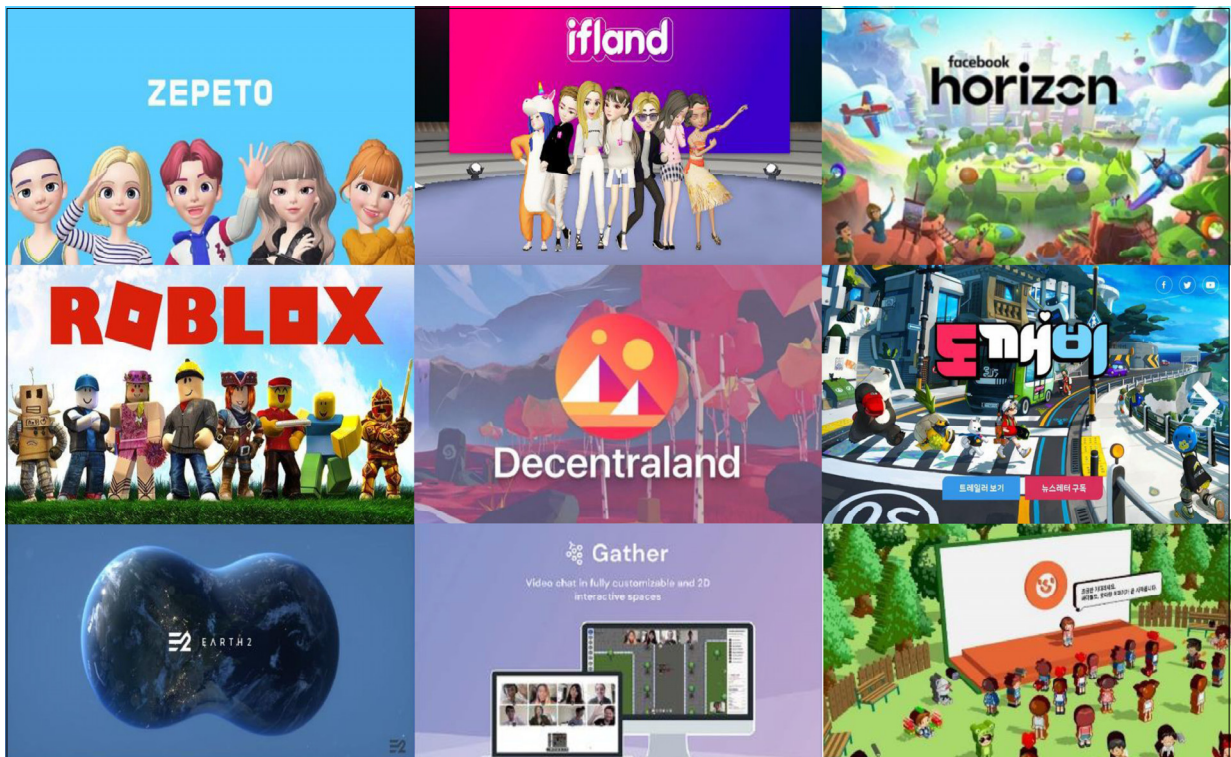
4차 산업혁명 시대가 요구하는 **새로운 디지털의 세상**

Space,
Enjoyment,
Exploration,
Live & Communications





4차 산업혁명 시대가 요구하는 새로운 디지털의 세상

현실 세계와 가상 세계의 쌍방향 소통이 가능한
사용자 경험 중심의 소통하는 Digitalized된 세상

메타버스



구분				
제작사	• 네이버 Z	• Roblox Corporation	• SK텔레콤	• 디센트럴랜드
분류	• 게임/커뮤니케이션	• 게임	• 모임/강연	• 가상부동산
유저수/계층	• 총 사용자 수 2억(10~20대)	• 활성 사용자 월 1억(10대)	• (10~20대)	• (20대)
주주의모델	• 아이템 판매	• 아이템 판매 / 게임판매	• 미 정	• 부동산 판매
거래수단				• NFT(Mana, 이더리움 기반)
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 사용자의 90%가 해외 유저 • 자체 제작 아이템 판매 가능 • Kpop 그룹 블랙핑크 사인회, 현대차 프로모션 등으로 유명 	<ul style="list-style-type: none"> • 월 1억명의 활성사용자로 높은 수익모델 보유 • 나스닥 상장으로 메타버스의 미래로 불리움 • NFT 자체통화(로벅스) 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼 내 자료교환, 파일공유, PPT 동시열람 등이 가능 • 느린 업데이트, 불편한UI, 채팅기능부재로 혹평 	<ul style="list-style-type: none"> • 디센트럴랜드 내 부동산, 건물, 아이템 등은 모두 고유한 인종값을 지닌 NFT로 고유화폐인 Mana를 통해 거래됨 • 메타버스 가상부동산의 거래 규모 및 가격 지속 상승 중 • 11월 말 디센트럴랜드의 시가총액은 약 6조에 달함

구분				
제작사	• Earth 2	• Gather Presence Inc. (게더타운)	• Facebook	• 네이버
분류	• 가상부동산	• 가상 오피스	• 회의/교육 커뮤니케이션	• 게임/커뮤니케이션
유저수(계층)	• / (20~60대)	• / (20~30대)	• / (20~50대)	• / (10~20대)
주주의모델	• 부동산 판매	• 사용료(시간/구독 단위)	• 미 정	• 미 정
거래수단	• 달러			
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 워싱턴에 촬영한 지구를 픽셀단위로 나눠 가상 토지를 판매(가격 급상승 중) • 메타버스 여부에 대한 논란이 있으나 구입토지에 광고 기능 등 다양한 활용 방법 논의 중 • 디센트럴랜드 형태로 확장 계획 중 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom 회의 할피 특색 등장 (화상대면회의 부담감 등) • 화면공유, 채팅 등 가능 • 직방 전사원 근무 게더타운 활용 • 메타버스 내에서 회사를 운영할 수 있다는 방향성 제시 	<ul style="list-style-type: none"> • 대모비전만 공개(오픈 전) • 페이스북에서 강력하게 추진 중인 메타버스 플랫폼 • 오글러스 VR 장비가 필요하다는 불편함 	<ul style="list-style-type: none"> • 실시간 같은 그래픽 • 캐릭터 상품이나 교육방송 등으로 활용도가 매우 주목받고 있음

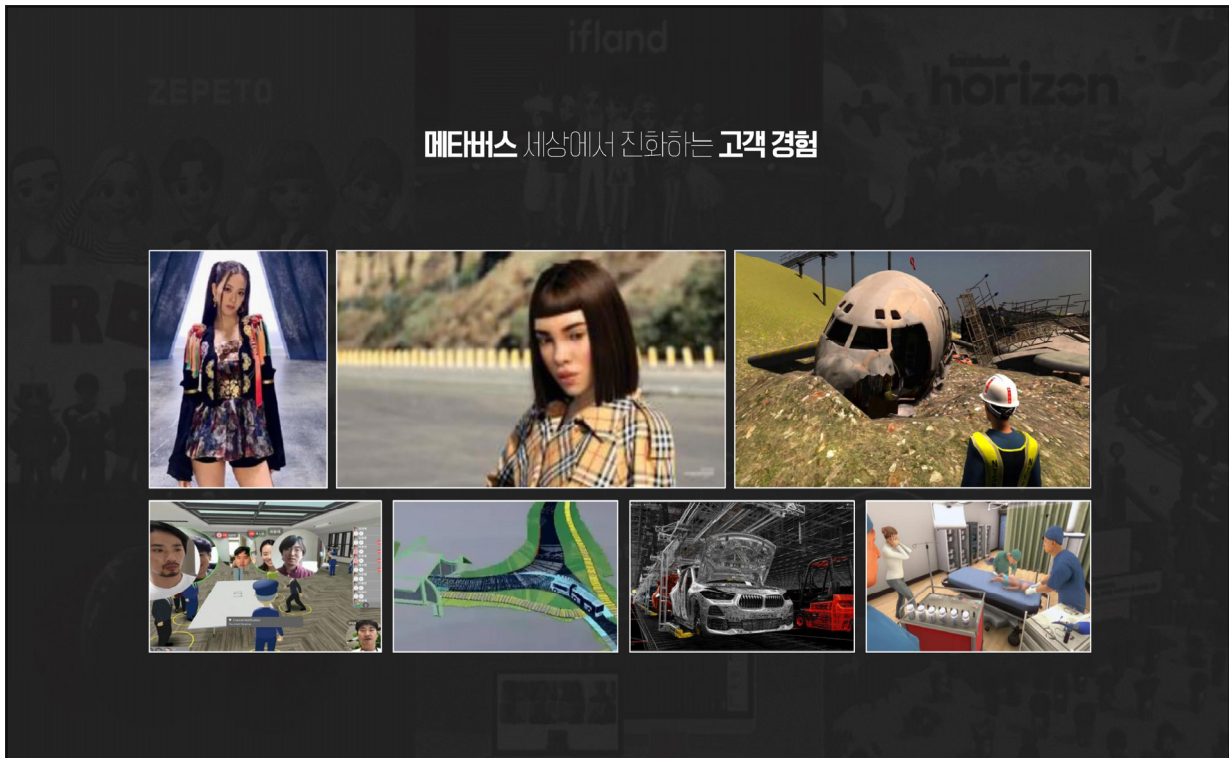
메타버스 세상에서 진화하는 고객 경험

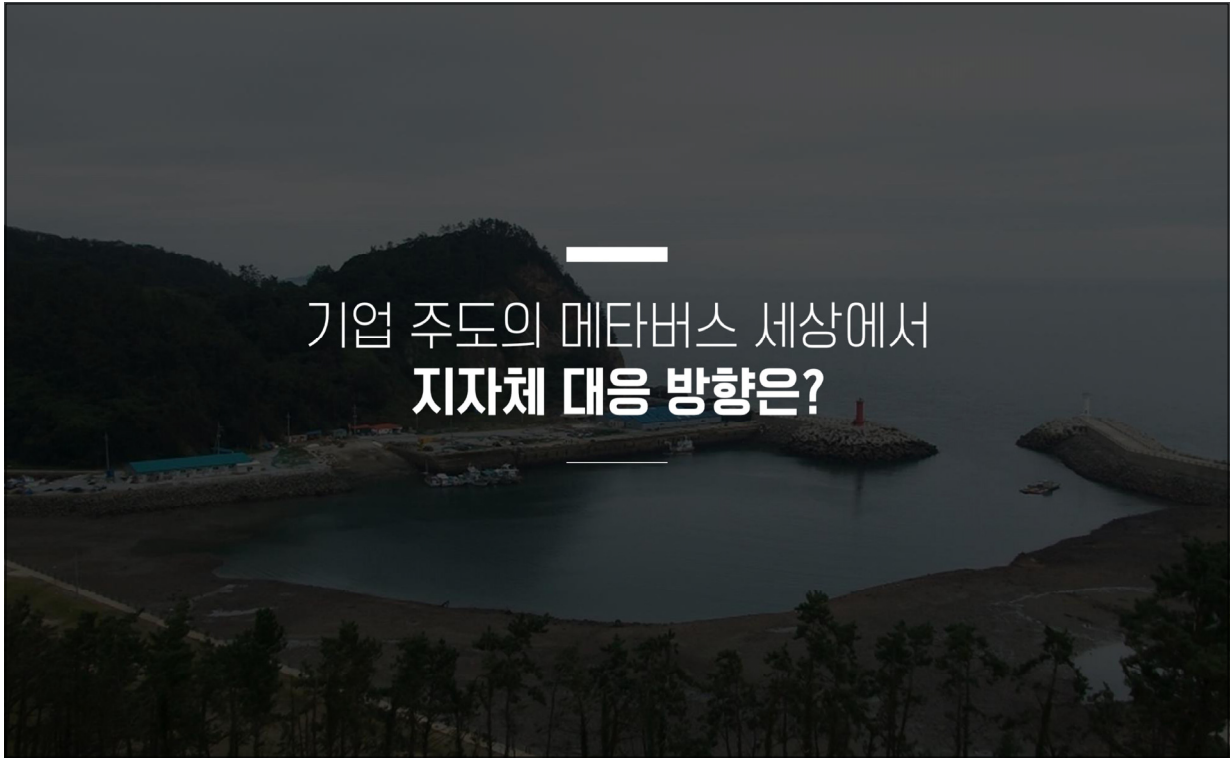


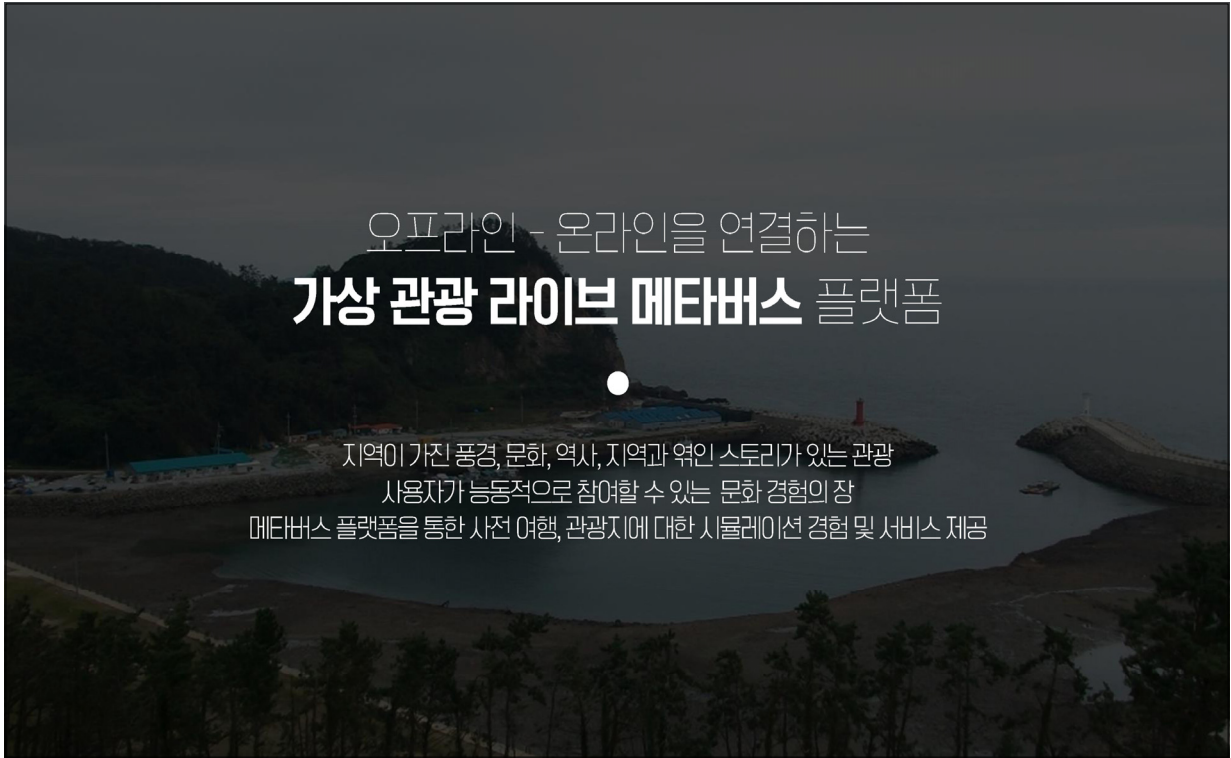
메타버스 세상에서 진화하는 고객 경험

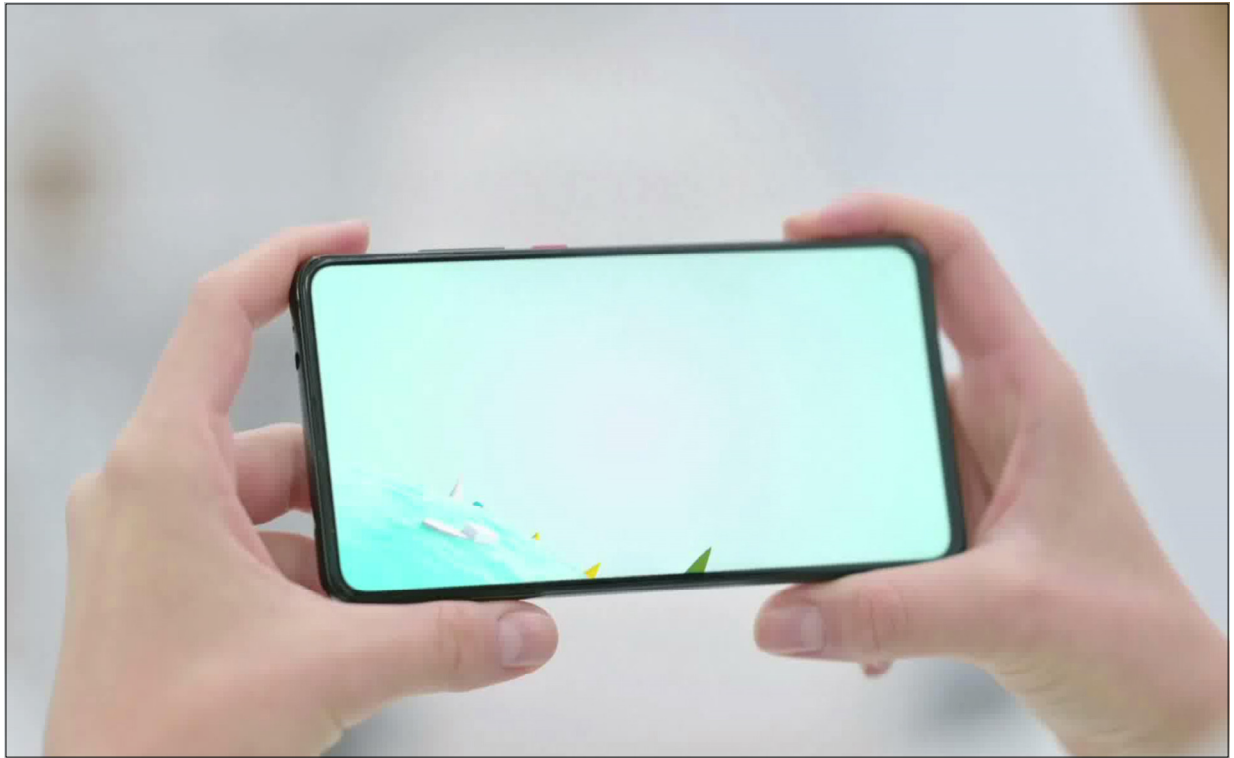
메타버스 内 수익모델은 현재 진화 중

인게임 아이템 판매 → 마케팅솔루션 제공 → **이커머스, 콘서트 등 현실세계와의 연계**로 진화 중
탄탄한 이용자 기반 광고 등 새로운 수익모델 확대 (**브랜드 마케팅, 2차 콘텐츠 창작 등**)
메타버스가 활성화 될 수록 현실세계와의 연동이 강화 (**라이브커머스, 굿즈 등 실물 상품 판매 연계**)

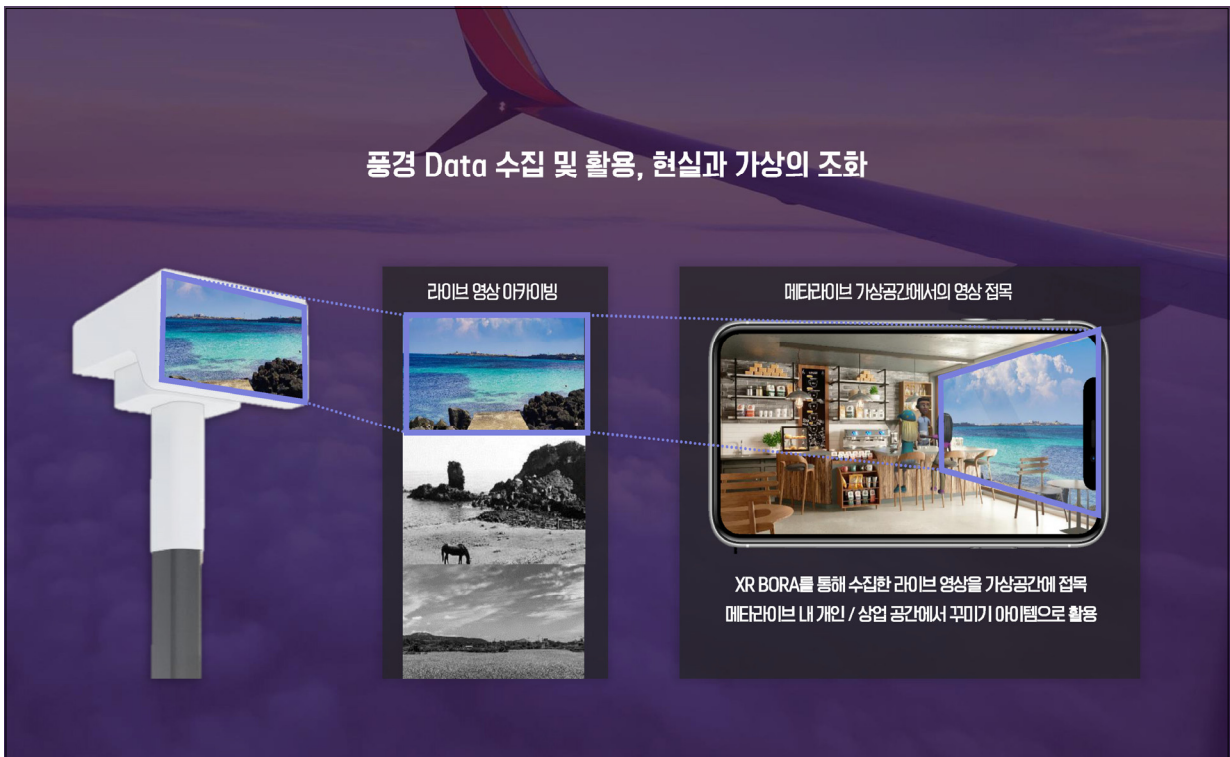
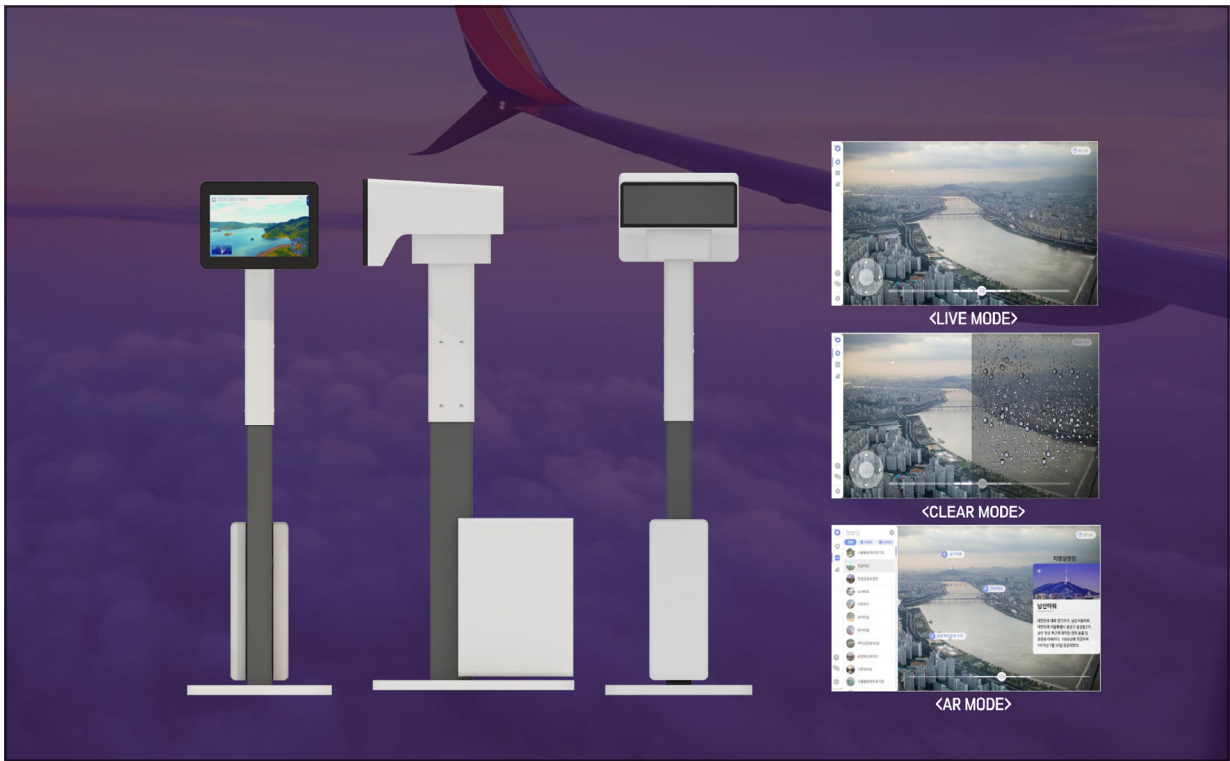








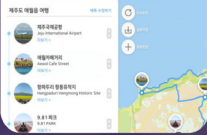




메타라이브 콘텐츠 구성


실제 관광/여행 정보 제공 및 가상공간에서의 가상 월드 경험

맞춤형 여행경로




360 드라이브

실시간 여행지 영상



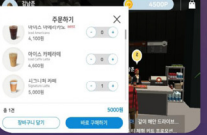
힐링 콘텐츠

가상화폐 환전




아바타 꾸미기

관광 상품 배송



콘서트 및 강연

마이룸 (상업공간)




인앱 광고

미니게임

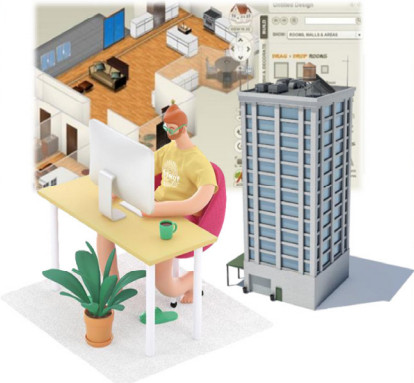
3D 문화재 복원

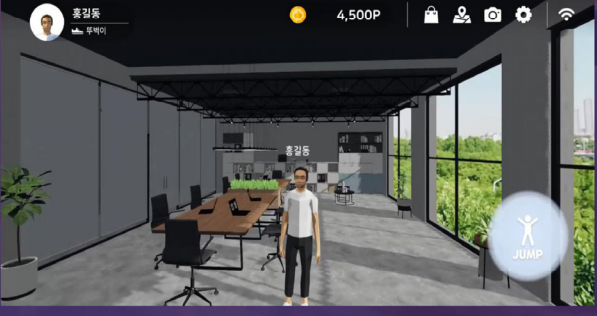
유저 업로드 360영상

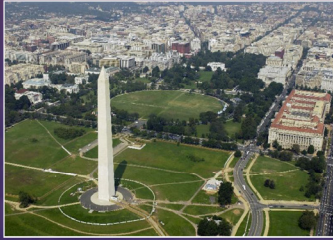


(2022년 12월 제주도 기반 오픈 예정)

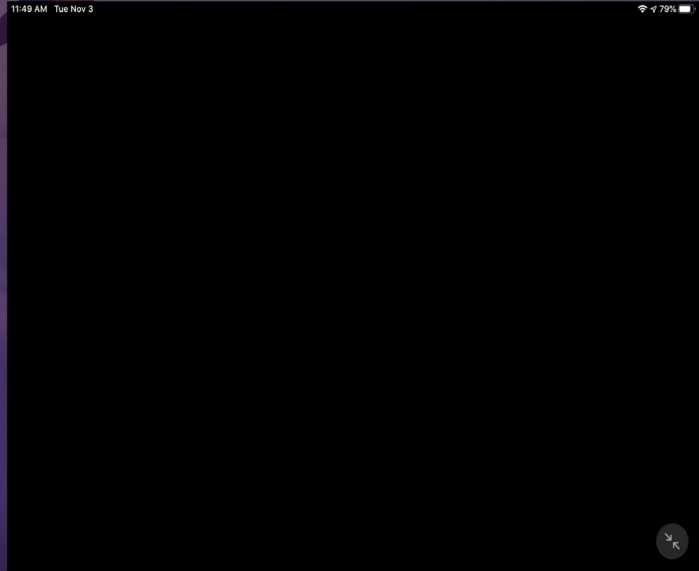
가상 부동산 구매 및 판매







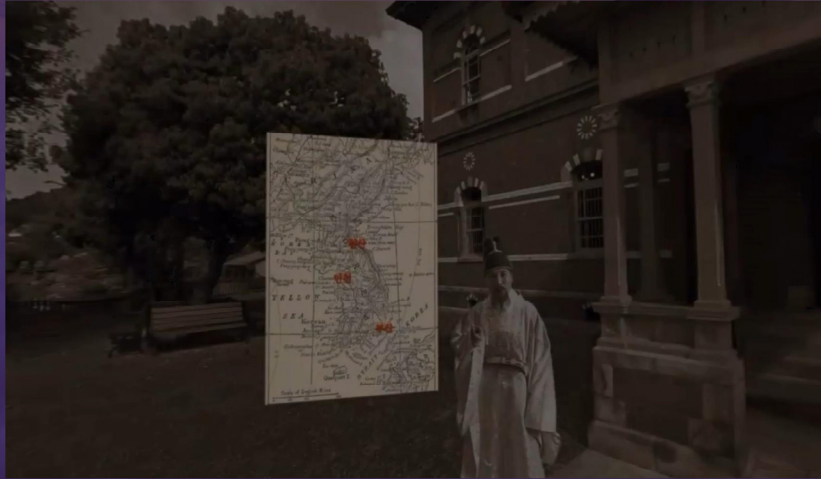
워싱턴DC : 워싱턴 기념탑



뉴욕 타임스퀘어: 2차대전 종전일

timelooper™

근대 목포 AR/VR 시간여행



지역 관광지와 서비스 이용자, 문화, 관광 종사자와의 메타라이브를 중심으로 한 새로운 관광 생태계 구축



지자체 / 공공기관

지역 명인·명소 발굴
지역 브랜드 홍보 및 마케팅



서비스 이용자

지역 관광명소 가상 관광
현실 여행지 정보



문화 관광 종사자

보유 콘텐츠 & 데이터 활용
현실-가상 연계 운영 수익 창출

