



예측 트렌드 Trend Forecasting

콘텐츠 유형 : 스포츠 리포트타주

취재 및 사진, 글 : 최성훈 (트렌드 리서처)

자료제공: DDC group

‘디지털 디자인 콘텐츠’ -DDC group 마성희 실장님-

최근 강남역 주변 거리에 세로로 길게 설치되어 있는 디지털 영상 광고물들이 눈에 띈다. 또한 가끔 차를 타고 강남역 주변을 지나다가 신호를 기다리며 차가 잠시 정차 할 동안 영상을 통한 시를 감상했던 기억이 있다. 오늘 인터뷰를 위해 찾아간 DDC group이 바로 이러한 차세대 디지털 옥외광고나 영상물을 기획, 디자인하고 제작하는 일을 하는 업체이다. DDC group 마성희 실장님을 통해 새로운 광고 매체로 떠오르고 있는 DID를 포함한 디지털 디자인 콘텐츠에 관한 이야기를 들어 보았다.



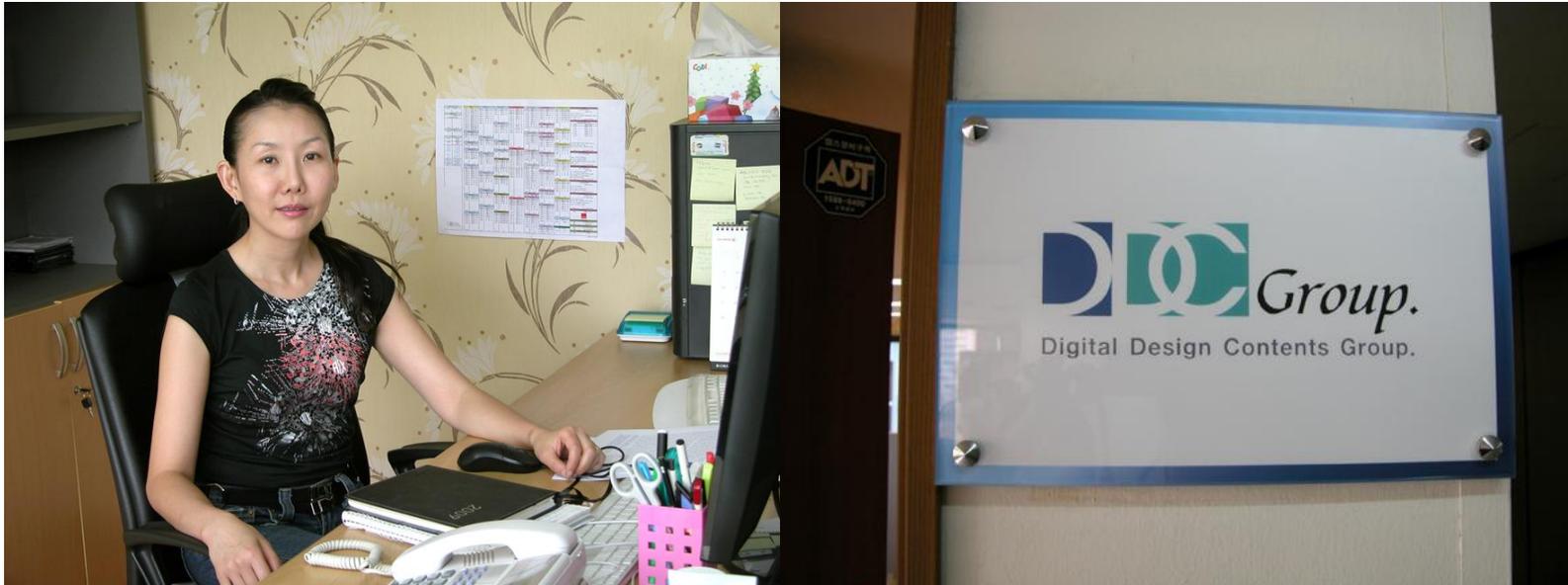


사진 2> 마성희 실장(좌) / DDC group 사무실 입구(우)

‘LED옥외광고에서 LCD옥외 광고로 전향되고 있는 추세’

옥외광고는 기존의 그래픽이나 사진들을 이용한 2D옥외광고에서 출발하여 글자와 이미지가 움직이는 전광판 형태의 옥외 광고로 바뀌었다. 이때 빛을 통한 발광 다이오드(LED: light emitting diode)를 주요 사용하였는데 이는 선명도는 떨어지지만 빛 반사와 내구성이 강해 옥외광고에 적합하기 때문이다. 그 동안 빛 반사와 내구성의 문제로 옥외 광고에 사용되지 않았던 LCD(liquid crystal display)가 최근 기술 향상에 힘입어 빛 반사와 내구성이 강화되면서 LED전광판 광고에서 LCD광고로 전향되고 있는 추세이다. DDC group은 LCD를 통한 디지털 옥외광고(DID)에 사용되는 디지털 콘텐츠 디자인과 제작을 주요 업무로 하고 있다. 또한 작년부터는 인천공항 內 문화 영상 콘텐츠를 기획 제작하고 있는데 이는 영상화면을 통해 인천국제공항을 이용하는 국내외 이용객들에게 한국을 알리고 나아가 정보를 전달하는 역할을 하기 위한 것이라고 한다.



사진3> 김포공항과 코엑스 몰 내에 설치된 디지털 옥외 광고물



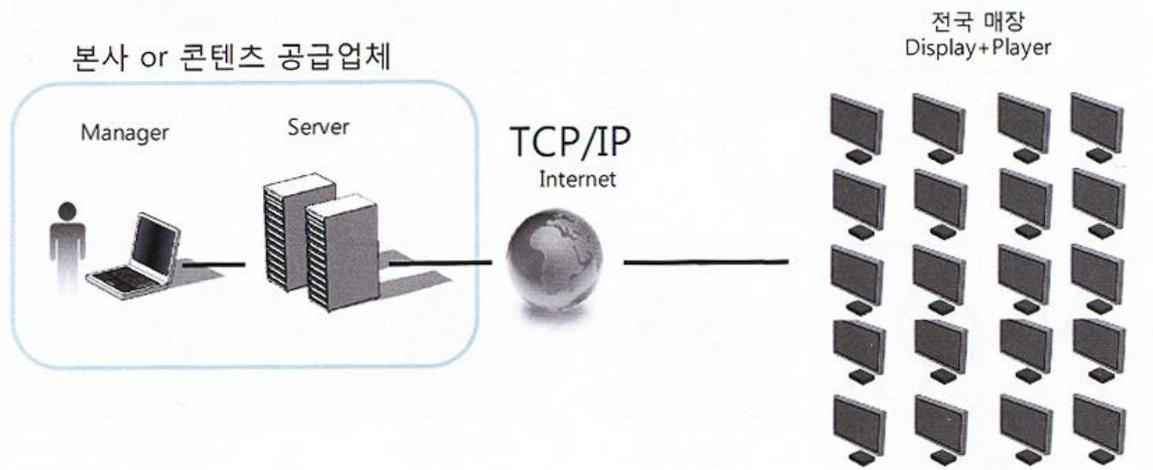
DID란?

디지털 정보 디스플레이(Digital Information Display)

기업광고, 홍보 또는 Digital Signage*로 활용할 수 있는 차세대 디지털 옥외 광고매체로 기존 일반 LCD(liquid crystal display)에 비해 선명한 화질, PC네트워크 등과 연동하여 다양한 디지털 영상 구현이 가능하다. 고급스럽고 세련된 외관으로 럭셔리한 공간에 장식적이고 시선을 끄는 광고매체로 공항 청사 내 외부, KTX역사, 코엑스, 호텔, 백화점, 병원 등 다양한 장소에 설치가 가능해 새로운 광고 매체의 형태로서 기존의 아날로그 옥외광고 시장을 빠르게 대체할 것으로 전망한다. 또한 TV나 인터넷처럼 다채로운 영상 콘텐츠를 보여줄 수 있어 역동적인 영상광고가 가능하며 연중 365일 가동이 가능, 야외에서도 고장이 없으며 기존의 일반 디스플레이보다 수명, 밝기, 가시성과 불순물로부터의 화면 보호기능이 탁월하다.

Digital Signage란?

기업들의 마케팅, 광고, 트레이닝 효과 및 고객 경험을 유도할 수 있는 커뮤니케이션 툴로 공공장소에서 광고, 영상뿐만 아니라 고객이 필요한 특정한 정보를 함께 제공하는 디지털 영상장치로써, 기존 상업용 디지털 정보 디스플레이(DID)에 주요 기능을 제어할 수 있는 소프트웨어나 관리 플랫폼까지 종합적으로 공급하는 것을 특징으로 한다.



대규모 콘텐츠 전송 및 통합관리

TCP/IP가 연결된 전국망 콘텐츠 전송 및 통합관리
대규모 광고운영, 전국체인망 등



사진4> DID 하드웨어 구축도

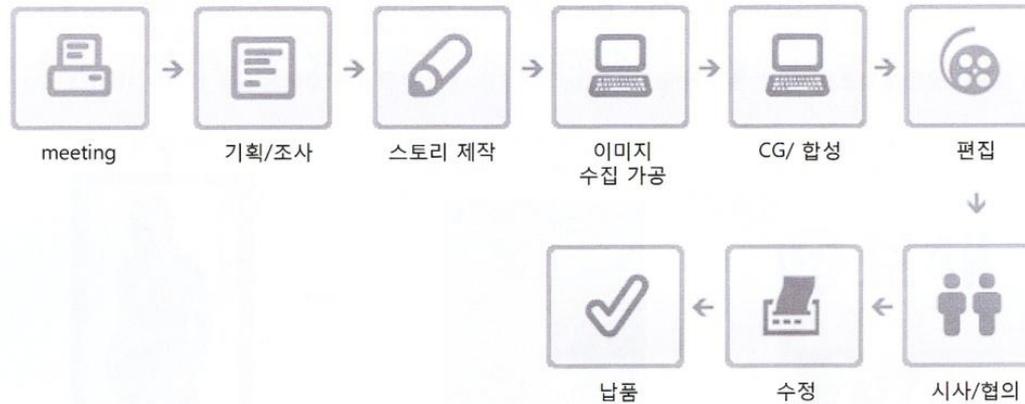


사진5> DID 영상광고 제작 Process

‘디지털 영상문화콘텐츠를 통한 국가 이미지 홍보’

21세기는 첨단기술에 의한 정보화 시대임과 동시에 이미지 마케팅이라고 불려질 만큼 기업이나 지역, 국가의 이미지 관리는 점점 중요한 요소로 자리매김하고 있다. 이러한 기술력과 마케팅전략이 결합하며 탄생한 것이 디지털 영상문화콘텐츠이며 DCC group에서는 대표적인 문화영상콘텐츠라 할 수 있는 인천국제공항 內 문화영상콘텐츠를 기획, 디자인, 제작을 하였다. 수많은 내외국인들이 한국을 방문하거나 다른 나라로 이동하기 위해 반드시 거쳐야 하는 공간으로 국가 홍보를 위한 최적의 장소라 할 수 있다. 마성희 실장은 한국 문화 이미지의 재구성을 통한 국가 이미지 창출, 그리고 이를 통한 국가 경쟁력과 이미지 향상시키는 작업의 일환인 문화영상콘텐츠 제작에 자부심을 보였으며 올해 리뉴얼하는 제작물은 이용객 편의 도모를 위한 사이니지의 역할을 추가한 더 나은 작품을 선보이겠다는 계획이다.



사진6> 인천국제공항 內 문화영상콘텐츠 ‘EXCITING KOREA’

<취재후기>

시대의 흐름에 따라 인류가 진화해 왔듯이 기술 발전에 따른 디자인의 진화 또한 진행되고 있다. DID(Digital Information Display)를 통한 광고와 문화영상콘텐츠는 정보화 시대에 그 맥락을 같이하여 진화된 디자인으로 손색이 없는 듯 하다. 광고효과 측면에서 뿐만 아니라 흥미 있고 유용한 맞춤형 정보를 전달할 수 있는 새로운 팔방미인형 디지털 디자인 콘텐츠를 통해 지역사회와 문화, 유용한 정보를 공유하며 더 나아가 새로운 디지털 공공디자인으로 확산 될 수 있을 것으로 기대해본다.