



가상광고의 현재와 미래

유지현 | SBS 광고1팀
jihyun@sbs.co.kr



“어? 엄마! 방금 김연아 아바타가 지나갔어!”

지난 3월 26일 SBS-ISU세계선수권대회 여자 쇼트프로그램 경기를 통해 국내 첫 가상광고를 본 사람들의 반응이었다.

가상광고는 컴퓨터 그래픽을 이용하여 실제 현장에 없는 가상의 이미지를 만들어 이를 프로그램에 삽입해 상품을 광고하는 광고 기법이다. 지난 1월 26일 법개정으로 운동경기 중계 프로그램 안에 가상광고가 허용되었고, 그 두 달 후인 3월 26일, SBS에서 첫 번째 가상광고를 방송하였다.

첫 번째 가상광고의 주인공은 밴쿠버 올림픽 금메달리스트인 김연아를 모델로 한 삼성전자 하우젠이었다. 하얀 의상의 “김연아 아바타”가 빙판 위에 나타나 입과 손으로 시원한 바람을 부는 포즈를 보였다.

또한, 현대자동차는 은반 위를 미끄러져 나와 유유히 빠져나가는 빨간색 소나타를, 한국야쿠르트에는 빙판 위로 떨어지는 쿠퍼스를 가상광고로 선보였다. 이날 SBS-ISU세계선수권대회 여자 쇼트프로그램 경기의 가상광고시청률 21.6%, 프로그램

