

같이 보기

: 소통N공감

SNS는 물론 광고계까지 접수한 이들이 있다. 사람은 아니다. 현실에는 존재하지 않는 '가상인간'이다. 요즘 세대들을 대표하는 가상인간들이 가상공간을 넘어 현실에까지 영향을 미치고 있다.

글 편집실

Z세대 문화의 집합체 가상인간



매력적인데...진짜일까? 가짜일까?

언뜻 보기에는 분명 사람이다. 맛집도 가고, 놀이동산도 가고, 유명인도 만나고, 춤도 추며 노는데 사람이 아니라고? 진짜 사람인지 아닌지 구별이 힘들지만, 컴퓨터 그래픽으로 만든 가상의 인물이다. 가상인간의 인기는 연예인 못지않다. 연예인이나 유명인처럼 활동해서 가상 인플루언서라고도 한다.

우리나라에서는 '로지'가 인기를 끌면서 사람들이 가상인간에 주목하기 시작했다. 한 기업의 광고모델로 등장한 '로지'는 단숨에 CF 모델계의 다크호스로 등극했다. 22살, 서구적인 체형에 동양적인 마스크, 개성 넘치는 패션 센스와 자유분방한 성격으로 MZ세대 사이에서 큰 인기를 끌고 있다. 출연한 광고 영상의 유튜브 조회수는 150만 회, 수십 개의 광고 제의가 쏟아진다고 한다. 주로 인스타그램에서 활동하고 있는데, 팔로워가 9만 명이 넘는다. 가상인간이라는 사실이 알려진 뒤에 더 크게 각광을 받고 있다.

세계적으로 가장 성공한 가상인간은 LA에 사는 19세 팝가수 릴 미켈라(팔로워 303만 명)다. 브라질계 미국인으로 설정된 미켈라는 2016년 등장해 신곡도 내고 패션모델로도 활동했다. 지난해 130억 원(약 1,170만



- 1 인플루언서 로지
- 2 19세 팝가수 릴 미켈라



- 3 미국 애틀랜타 21세 청년 가상 프로스트
- 4 세계 최초의 가상 슈퍼모델 슈두
- 5 일본의 가상인간 이마

달러) 넘게 번 것으로 추산된다. 남성 중에는 미국 애틀랜타에 사는 21세 청년 가상 프로스트(팔로워 73만 명)가 유명하다. 가상은 세계보건기구(WHO)와 함께 젊은이들에게 코로나의 위험성을 알리는 캠페인을 펼치기도 했다.

패션계에서 주목받는 가상인간은 2017년 등장한 '세계 최초의 가상 슈퍼모델'인 아프리카계 슈두(팔로워 22만 명)다. 2021년 초에는 슈두와 로지의 콜라보가 눈길을 끌기도 했다. 일본에는 분홍색 단발머리가 특징인 이마(팔로워 34만 명)가 있다.

메타버스에 이어 가상인간까지

물론 가상인간이 나타난 것은 처음이 아니다. 1998년에 3D 컴퓨터 그래픽으로 탄생한 사이버 가수 '아담'이 있었다. 1집 타이틀곡 '세상에 없는 사람'으로 데뷔했고 광고 모델은 물론 TV프로그램 출연도 시도했다. 다만 컴퓨터 그래픽 기술의 한계로 '컴퓨터 바이러스'로 사망했다는 소문만 남기고 사라졌다.

반면 최근에 주목받고 있는 가상인간의 핵심 배경엔 '기술력'이 있다. 구현 기술이 상당히 높아져 화면을 보고 사람인지, 가상인지 구분이 안 될 정도의 수준

이다. 실제 가상인간 '로지'가 출연한 광고 영상을 보고 신인 모델이라 생각했었다는 사람이 많았다.

가상인간 신드롬의 중심에는 'Z세대'가 있다. 이들은 태어날 때부터 디지털 기기에 둘러싸여 컴퓨터와 스마트폰 속에 펼쳐지는 가상 공간에 친숙하다. 그렇기에 화면 속 인물이 가상인간인지, 실존인물인지는 중요하지 않다. 가상인간 로지에게 열광하는 이유는 가상인간 세계관 속에 투영된 매력과 외모, 그리고 SNS 속 친근한 모습에 공감하기 때문이다. 실제로 가상인간 릴 미켈라는 연애 같은 일상적 얘기는 물론 사회적 이슈에 의사 표시를 하기도 한다.

하지만 가상인간 열풍에 대한 의견 차이는 있다. 일각에서는 가상인간 열풍이 코로나19라는 특수 상황에서 나타났을 뿐이라고 지적한다. 하지만 전문가들은 이전부터 기술적으로는 완성된 상태였으며 코로나19로 시기가 앞당겨졌을 뿐이라고 말한다.

예전 아담을 떠올려보면 언젠가 갑자기 사라질지 모르지만, 가상과 현실의 융합은 또 다른 모습으로 나타날 것으로 보인다. 🐾