

# 메타버스 시대의 버추얼 스트리머 분석과 시사점

강지원 · 윤정빈 · 한혜정 · 최훈\*

부산가톨릭대학교

## Analysis and Implications of Virtual Streamer in the Metabus Era

Ji-won Kang · Jeon-bean Yun · Hye-jung Han · Hun Choi\*

Catholic University of Pusan

E-mail : pqoqpq@naver.com / youjeongbean5@gmail.com /

kendee7199@naver.com / chlgns@cup.ac.kr

### 요 약

최신 기술의 발전으로 인한 메타버스의 등장으로 디지털 휴먼이 재유행하기 시작했다. 이를 활용하여 '버추얼 휴먼'이라는 개념을 정의하고 가상 공간에서 활동하던 '버추얼 스트리머'가 현실의 영역을 넘나들며 활동하고 있다. 본 연구에서는 메타버스와 아바타, 버추얼 스트리머, 버추얼 스트리밍에 대한 분석을 통해 과거와 어떤 점이 달라졌는지 파악하고 이와 관련한 시사점을 통해 현재 버추얼 스트리밍에 대한 한계와 방향성을 제시한다.

### ABSTRACT

With the advent of metaverse due to the development of the latest technology, digital humans have begun to re-populate. Using this, the concept of 'virtual human' is defined, and 'virtual streamers' who used to be active in virtual spaces are working across the real world. This study identifies what has changed from the past through analysis of metaverse, avatar, virtual streamer, and virtual streaming, and presents limitations and directions for current virtual streaming through related implications.

### 키워드

메타버스, 아바타, 버추얼 스트리머, 버추얼 스트리밍, 시사점

## I. 서 론

VR, AR, AI 기술과 같은 최신 기술의 등장으로 인해 메타버스(Metaverse)가 등장하였다. 이와 함께 가상 세계에서 자신을 대신하는 아바타의 활동 영역 및 영향력 또한 넓어지게 되었다. 모션 캡처와 AI 기술 등이 아바타에 더해진 '디지털 휴먼'이 실제 인간의 모습과 유사한 수준으로 정밀해짐에 따라 소셜 네트워크 서비스, 사회적 관계 형성, 마케팅 분야 등 활동 분야가 확장되었다.

본 연구에서 버추얼 스트리머가 과거에 비해 달라진 점을 파악하고 폐업 위기까지 갔던 버추얼

스트리밍 업계가 어떻게 다시 인기를 얻을 수 있었는지에 대해 탐구한다. 그리고 이 분석을 바탕으로 버추얼 스트리밍의 시사점을 통해 한계를 파악하고 발전 방향성을 제시하는 데 목적이 있다.

## II. 메타버스와 아바타

메타버스(Metaverse)란 가상, 초월을 의미하는 '메타(meta)'와 우주, 세계를 의미하는 '유니버스(universe)'를 합성한 신조어이며 확장 가상 세계라고도 불린다. 이는 디지털을 기반으로 한 3차원과 실제 현실 생활이 연결된 가상 세계임을 의미한다. 가상 공간에서 소프트웨어의 대리인들은 서로 다

\* speaker

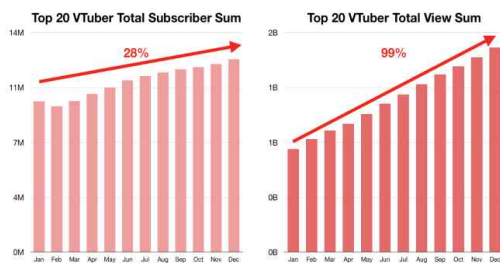
른 개성을 가진 아바타를 내세워 인간적 교류를 하고 소통했다. 아바타는 1990년 중반부터 2000년대 초중반 즈음의 인터넷 사용의 초창기에 ‘게임 속 플레이어(player)의 분산’이란 의미로 사용되었다. 그러나 코로나19 바이러스가 전 세계를 휩쓸고 메타버스가 주목받기 시작하면서 아바타 대신 ‘버추얼 휴먼’이란 용어가 사용되기 시작했다.

버추얼 휴먼이란 가상(virtual)과 사람(human)이 결합한 단어이며 인간을 대신하여 가상의 캐릭터를 활용하는 것을 의미한다. 컴퓨터 그래픽 기술로 인간과 유사한 모습을 구현한 사람 형상의 모델로서 가상 인간을 뜻한다. 오늘날 한국의 ‘루이’나 ‘로지’, 일본은 ‘미마’, 등 전 세계에 분포된 버추얼 휴먼들은 메타버스 속에서 자신의 개성을 가상 세계에 투영하여 경제나 정치, 사회 등의 활동을 행하는 대리인이 된 것이다.

### III. 버추얼 스트리머의 정의

버추얼 스트리머(virtual streamer)란 라이브 스트리밍에서 활동하는 버추얼 휴먼을 말한다. 한국에서는 ‘버튜버’로 줄여 부르는 명칭이 주로 사용되며 해외에서는 ‘버추얼 라이버’ 혹은 ‘브이튜버(Vtuber)’와 같은 명칭으로 상황에 따라 불리고 있다. 이들은 주로 ‘유튜브(Youtube)’와 ‘트위치(Twitch)’ 같은 해외 플랫폼 위주로 활동하고 있다.

버추얼 스트리머의 외형은 크게 두 가지로 분류할 수 있다. 먼저 애니메이션 캐릭터의 특성이다. 다양한 이미지나 모션캡처, CGI로 활동하며 비물리적인 것이 특징이다. 따라서 시공간의 제한이 없으며 세계관(AU)을 반영해 기획된 프로필을 가지고 있다. 다음은 셀러브리티의 특성이다. 이들은 실시간으로 시청자들과 쌍방향 소통이 가능하며 다양한 영역에서 연예 활동을 하는 것이 특징이다. 특히 시청자가 온라인 상태인지 오프라인 상태인지에 따라 각각 다른 방법으로 소통하게 된다. 온라인 상태일 경우 SNS 플랫폼 혹은 VR 채팅으로 소통하며, 오프라인 상태일 경우 대형 스크린을 통해 소통하는 것이 특징이다.



<Figure1> The Number of Subscribers to VTuber (Jan~Dec, 2020)<sup>7)</sup>

그림 1. Vtuber의 구독자 수의 변화 그래프

### IV. 버추얼 스트리밍 분석

성우의 얼굴에 페이스 캡처를 도입하여 가상 캐릭터를 살아있는 것처럼 연출한다는 개념은 1997년 코이오 미나토 작가의 만화 <사이버 모델 RINGO> (원제: RINGO)에서 처음 제시되었다. 유튜브 설립 이후, 가상의 캐릭터가 유튜브 채널을 직접 관리한다는 개념을 처음으로 시도한 것은 2011년에 생성된 ‘아미 야마토(ami Yamato)’의 채널이다. 하지만 당시에는 이러한 개념을 ‘버추얼 유튜버’라는 명칭으로 정의하지는 않았다. 2016년 키즈나 아이가 자신의 데뷔 영상에서 스스로 ‘버추얼 유튜버’라고 소개하며 용어를 정의하였고 이를 통해 사람들이 버추얼 유튜버를 개념적으로 인식하는 계기가 된다. 키즈나 아이를 포함한 1세대 버추얼 스트리머의 급격한 성장에 따라 2017년 2월 이후 버추얼 스트리머를 자칭하거나 유사한 형식의 스트리머가 급증하기 시작했다.



그림 2. 버추얼 유튜버 키즈나 아이의 최초 투고 영상 (<http://youtube.com/watch?v=NasyGUeNMTs&feature=youtu.be>)

그러나 2019년부터 버추얼 유튜버는 침체기에 들어서게 된다. 계속되는 스튜디오식 각본 영상으로 시청자의 수가 급감하며 The Moon Studio와 ENTUM 등의 소속사가 폐업하였다. 또한 상당수의 버추얼 유튜버가 활동을 중단하며 업계는 세대교체가 진행되었다.

2020년대에 들어 코로나19 바이러스의 확산으로 외부 활동이 어려워지며 인터넷 사용이 급증했다. 메타버스라는 개념이 화제가 되며 버추얼 업계 또한 새로운 수요가 생겨난다. 니지산지와 hololive는 활발할 콜라보 활동과 장시간 생방송 스트리밍을 주력 콘텐츠로 많은 시청자를 끌어모았다. 나아가 일본 뿐만 아니라 북미, 한국 등 다양한 나라의 버추얼 유튜버 양성에 힘쓰고 있다. 특히나 hololive ENGLISH 소속 버추얼 유튜버 가우르 구라는 2022년 6월 16일 최초로 400만 구독자를 달성하게 된다.

또한 2세대 버추얼 스트리머의 활동 내용이 기존의 인터넷 방송들과 유사해지자 방송인 혹은 성우들의 활동이 빈번해졌다. 노래와 댄스, 예능 실

력 등의 방송 능력이 버추얼 활동에 유리하게 작용하기 때문이다.

## V. 결 론

본 연구에서 코로나19 바이러스로 인해 메타버스는 개념이 중요해짐에 따라 버추얼 휴먼과 버추얼 스트리머의 활동 영역 및 영향력이 커진 것을 확인할 수 있었다. 버추얼 스트리밍에 대해 분석하면서 버추얼 업계가 스튜디오식 각본 영상에서 생방송 스트리밍과 협업하는 방식으로 주력 콘텐츠를 바꾸면서 침체기에서 벗어났음을 확인할 수 있었다. 그러나 애니메이션 캐릭터 같은 디자인을 기반으로 한 버추얼 스트리머가 대다수이기 때문에 반감을 갖거나 꺼림칙함을 느끼는 시청자도 적지 않다. 게다가 버추얼 스트리밍 자체가 특정 시청자층을 겨냥한 사업이므로 대중화를 하기에 어렵다는 점도 있다. 또한 가상의 존재인 애니메이션, 게임, 만화 등의 캐릭터와 다르게 뒤에 실제 사람이 존재한다는 점 때문에 불쾌함을 느끼는 사람도 있다. 불쾌한 골짜기 또한 버추얼 휴먼이 넘어야 할 한계임이 분명하다. 오늘날 인터넷 방송의 수요는 꾸준히 증가하고 있다. 유튜브의 생태계에서 살아남기 위해서는 결국 개인의 역량이 중요하므로 일반 유튜버와 다름없이 스트리머 개인의 역량과 기획력을 키우는 것이 중요하다고 보았다.

## References

- [1] Kim Jae-won, "The effect of virtual human live streaming's motivation, virtuality perception, and immersion on continuous use intention and interaction participation intention." Graduate School of Ewha Womans University, 2022, Seoul
- [2] Kim Ji-soo, "A study on quasi-social interaction and trust formation with virtual influencers of the MZ generation." Graduate School of Chung-Ang University, a master's thesis in Korea, 2022, Seoul
- [3] Moon Jung-hyun, "The effect of consumers' feelings, perceived benefits, and brand attitudes on imitation psychology and purchase intention on Instagram virtual influencer." Graduate School of Kyunghee University, 2021, Seoul