

# 정보전달서비스를 위한 아바타의 활용가능성에 대한 고찰

An Observation on the Feasibility of Information Delivery  
Services Using Avatars on the Internet

조 찬 식(Chan-Sik Cho)\*

## 초 록

정보사회에서 효율적인 정보전달서비스 방법 가운데 대면서비스 외에 인터넷과 같은 커뮤니케이션 수단을 활용한 가상 정보서비스의 가능성도 제기되고 있다. 본 논문에서는 정보전달서비스 즉 정보의 제공과 전달을 가능케 하는 중요한 수단인 인터넷상의 정보매개체에 대한 중요성을 바탕으로 아바타를 활용하는 방안을 제시하고자 한다. 이를 위하여 먼저 정보서비스의 개념과 인터넷의 발전에 따른 변화 등에 관한 이론 및 특징을 살펴본 뒤, 아바타에 관한 개념 및 현황 그리고 특성을 바탕으로 아바타의 현실적인 의미와 중요성을 강조하고자 한다. 그리고 보다 효율적인 정보서비스를 구현하기 위해서 아바타의 활용과 기대효과를 제안함으로써 인터넷상에서 보다 효율적인 정보전달서비스를 실현하는데 일조하고자 하였다.

## ABSTRACT

The importance of an efficient information delivery service cannot be overemphasized in the information society. In this context, this study, based upon the importance of information intermediary on the internet, tries to suggest the use of Avatars in information services. This study first examines the concepts, theories, and characteristics of information services and internet, along with the meaning and role played by Avatars. Also, by suggesting the use of Avatars in information services, this study aims at enhancing our understanding on the internet and providing efficient information services.

키워드: 정보서비스, 인터넷, 정보사회, 사이버공간, 아바타  
information services, internet, information society, cyberspace, avatar

---

\* 동덕여자대학교 문헌정보전공 부교수(ccho@dongduk.ac.kr)  
■ 논문접수일자 : 2004년 6월 1일  
■ 게재확정일자 : 2004년 6월 24일

## 1. 서론

정보가 하나의 상품이나 전략적 자원으로 가치를 갖게 되면서 사회의 많은 구성요소가 정보에 영향을 주고받으며 변화해 왔으며, 이러한 정보사회의 도래는 정보통신기술의 발달과 더불어 개인용 컴퓨터가 일반에게 보급되면서 더욱 가속화되었으며 사회의 모든 구성요소들과 상호작용하게 되었다. 그러므로 정보사회란 급속한 정보기술 발전과 함께 정치, 경제, 문화 등 사회구조 전반에 걸쳐 정보와 지식의 가치가 높아지는 사회형태를 지칭하는 것이다.

이러한 정보사회에서는 정보전달서비스, 즉 정보의 제공과 전달이 중요한 의미를 지님과 동시에 효율적인 정보서비스 또한 중요해지고 있다. 정보의 제공과 전달은 정보미디어를 통해서 이루어지며 정보미디어는 시대가 진보함에 따라 그 기술적으로 발전이 계속되고 있다. 정보의 제공과 전달은 과거 단순한 커뮤니케이션 수단인 언어나 문자에서 출발하여 이제 컴퓨터와 인터넷의 네트워크 등 뉴미디어를 통해 이루어지며 사회적인 파급효과 또한 점점 커지고 있다.

정보사회를 특징짓는 대표적인 기술인 인터넷은 정보미디어의 대표적인 예이며, 디지털화, 영상화, 종합화, 고도상호화, 비동시화의 특징을 가지며, 그와 같은 특징으로 정보서비스분야에서 그 활용이 다양하다는 사실은 이미 주지된 사실이다. 정보기술과 네트워크의 발전은 가상공간인 사이버공간을 만들어 놓았으며, 이러한 새로운 공간을 이용한 정보의 제공과 교환은 정보사회에서 정보서비스의 개념을 확장시켜 놓았다. 그리고 정보사회에서 정보서비스

가 보다 효율적으로 이루어지도록 사이버공간 상에서 정보와 이용자를 연결해 줄 정보매개체에 대한 관심이 더욱 높아지고 있다.

아바타는 인터넷으로 만들어진 사이버 공간에서 개인의 정체성을 시각화시킴으로 자아를 나타내는 자아의 분신으로 사회의 욕구에 따라 사용자의 역할을 대신하는 애니메이션 캐릭터이다. 최근 들어 사이버공간에서 일반적인 개념으로 보편화되고 있는 아바타는 자아정체성을 나타낼 뿐만 아니라 활용범위 또한 다양하다. 그러므로 사이버공간에서 이루어지는 정보서비스가 보다 효율적으로 이루어지기 위해서 아바타의 활용가능성에 대한 관심과 이해가 요구되고 있다.

이에 본 논문에서는 정보전달서비스 즉 정보의 제공과 전달을 가능케 하는 중요한 수단인 인터넷상의 정보매개체에 대한 중요성을 바탕으로 아바타를 활용하는 방안을 제시하기 위하여, 먼저 정보전달서비스의 개념과 인터넷의 발전에 따른 변화 등에 관한 이론 및 특성을 살펴보고자 한다. 또한 아바타에 관한 개념 및 현황 그리고 특성을 바탕으로 아바타의 현실적인 의미와 중요성을 강조하고자 한다. 그리고 보다 효율적인 정보서비스를 구현하기 위해서 아바타의 활용 가능성을 제안함으로써 인터넷에서 보다 효율적인 정보전달서비스를 실현하는데 일조하고자 하였다.

방법적인 측면에서, 효율적인 정보전달서비스를 위한 아바타의 활용가능성을 살펴보는 본 연구는 정형화된 이론적 접근이라기보다는 전이론(pretheory)적 단계의 방향제안으로 현존하는 문제의 해결보다는 잠재된 문제(latent problem)의 제시에 초점을 두고 있다. 즉 본

연구는 정보서비스와 아바타의 활용이라는 관계에 대한 현황조사와 분석에 기초한 선행적 연구(empirical research)가 아니라, 점점 대중화 되어가는 아바타의 이용을 바탕으로 보다 효율적인 정보서비스의 관점에서 아바타의 활용근거와 기대되는 효과를 살펴봄으로써, 그 가능성과 방안을 제시하고 이론정립에 대한 효능성을 제고하고자 하였다.

## 2. 인터넷을 통한 정보전달서비스

전통적인 정보서비스는 도서관이라는 물리적 공간을 통해 이루어지는 인적 서비스가운데 하나이다. 컴퓨터의 보급과 인터넷이라는 정보네트워크의 발전에 따라 전자도서관의 개념이 파생되었으며, 가상공간을 통한 효율적인 정보의 제공과 신속한 전달은 정보서비스의 새로운 덕목이 되었다. 이러한 새로운 서비스가 완성되기 위해서는 새로운 사이버공간에서 전제조건이 만족되어야 한다.

### 2.1 정보전달서비스와 정보미디어

정보가 하나의 상품이나 전략적 자원으로 가치를 갖게 되면서 사회의 많은 구성요소가 정보에 영향을 주고 받으며 변화해 왔으며, 이러한 정보사회의 도래는 정보통신기술의 발달과 더불어 개인용 컴퓨터가 일반에게 보급되어 네트워크화하면서 더욱 가속화되었다. 그러므로 정보사회란 급속한 정보기술 혁신의 진척과 함께 정치, 경제, 문화 등 사회구조 전반에 걸쳐 정보와 지식의 가치가 높아지는 사회형태를

지칭하는 것이다(전석호 2001).

이러한 정보사회에서는 정보전달서비스, 즉 정보의 제공과 전달이 중요한 의미를 지니게 된다. 정보의 제공은 전달을 목적으로 한다고 볼 수 있는데, 이는 정보의 생산과 유통의 개념으로 이해해 볼 수 있다. 어떠한 것을 생산함으로써 그것을 유통시키는 것의 방법이 다양하듯이 정보의 제공과 전달도 비슷하다. 정보는 각종 매체에 의해 제공되어 전달되는데, 정보가 효율적으로 이용되기 위해서는 발신자로부터 수신자에게 전달됨으로써 정보의 의미가 분명해지게 되는 것이다. 그리고 효율적인 정보의 전달을 위해서는 어떠한 수단이나 매체를 이용할까 하는 것이 결정되어야 하며, 그에 따라 교환되는 정보의 타당성과 활용도가 영향을 받게 된다(오경목, 노영진 2003).

이러한 인터넷이라는 새로운 커뮤니케이션의 수단으로써 도서관의 정보전달에 적용되어 전통적인 정보의 제공과 전달 수단이었던 대면 정보서비스의 변화가 이루어지게 되었다.

미디어는 일반적으로 '매체' 또는 '매개'라고 이해되고 있는데, 예를 들면 정보를 교환하고 싶은 두 사람을 매개하여 연결하는 매체(통신회선) 또는 특히 커뮤니케이션 수단으로서의 문자나 음성, 영상 등을 이르는 의미이다. 또한 그들 문자나 음성, 영상을 전달하는 전파나 인쇄물 등도 미디어라고 부르게 되었다. 그리고 미디어의 역할 중에서 정보의 제공과 전달이 강조될 때는 정보미디어란 용어를 이용하여 그 개념을 강조하기도 한다.

정보미디어는 정보를 발신하는 측에 의해 생산되고 고유의 유통경로를 통해 수신자 측으로 전달된다. 전통적인 정보미디어는 인쇄중심

으로 구성되는 신문, 주간지, 월간지, 서적 그리고 전통적인 라디오, TV, 영화 등과 같이 아날로그 형태를 띠었다. 그러나 최근의 정보 미디어는 정보기술의 발전과 보급에 힘입어 컴퓨터, CD류, 인터넷 등의 컴퓨터 네트워크를 포함한 디지털의 형태로 변화되었다.

이러한 개개의 정보미디어들은 생산과정과 유통과정에서 다음과 같은 특성을 갖는다. 첫째, 각각의 정보미디어는 당초에는 기술의 진보에 의해 출현되지만 필요성이 없는 것은 도태된다(우영옥 2002). 그러므로 계속해서 남아 있는 정보미디어는 선택되어 남아 있는 것들이다. 둘째, 영구성을 띤 정보미디어는 그 생산, 유통, 이용의 과정에서 생산자와 이용자를 매개하며 상호간의 커뮤니케이션을 가능하게 한다. 셋째, 어떤 정보미디어도 특유의 기술적 배경이 있다(장석권, 최상훈 2003). 예를 들면, 컴퓨터 기술의 응용이 필수적으로 도입되는 점을 고려할 때 컴퓨터에 접속되는 정보처리 및 전달양식을 취하기 위해서는 모든 정보가 디지털 신호로 통일되어야 하는 기술적 속성이 뒤따른다. 넷째, 정보미디어는 사회변화의 영향을 받을 뿐 아니라 그 미디어의 존재에 따라 사회를 변화시키는 활동을 한다. 그러므로 모든 정보미디어에는 순기능과 역기능이 공존하며 이에 따른 특유의 체도를 발달시킨다.

이렇게 정보는 발신하는 측에 의해 발생되어 다양한 정보미디어에 의해 전달되며 계속해서 다양화되고 있다. 정보사회의 도래로 정보의 중요성은 더욱 강조되고 효율적인 정보의 제공과 전달 그리고 이용이 새로운 전략이 된다고 본다면, 현재 일반적으로 이용되는 정보 미디어에 대한 폭 넓은 이해가 효율적인 정보

전달서비스를 위해서는 필수불가결한 것이다.

## 2. 2 사이버공간내 커뮤니케이션

인터넷에서는 연결된 컴퓨터간의 정보교환의 개방과 정보접속의 용이성, 그리고 TCP/IP라는 표준통신방식을 채택하여 기종이 다른 컴퓨터 사이에서도 정보교환이 자유롭게 이루어지는 특징을 가진다. 특히 인터넷은 심층적인 학술분야에서 가장 광범위하게 정보를 축적할 뿐만 아니라 우편, 광고, 파일전송, 정보주문, 정보검색이나 정보제공 등 정보의 교류를 가장 폭넓고 원활하게 도모하는 네트워크 간의 네트워크라고 할 수 있다.

이러한 인터넷의 특징을 살펴보면 다음과 같다(전석호 2001; 황승흠, 황성기 2003). 첫째, 인터넷은 일대일 커뮤니케이션은 물론이고 다대다 커뮤니케이션도 가능한 쌍방향매체이다. 여기서 쌍방향성이란 화자가 청자에게 일방적으로 말하는 것이 아니라 양측이 서로 의견을 주고받는 의사소통방식을 말한다. 사이버공간을 만드는 가장 중요한 수단인 인터넷은 쌍방향의 의사소통이라는 완전히 새로운 방식의 커뮤니케이션 체계이다.

둘째, 인터넷은 탈중심적이고 개방적 매체이다. 정보의 생산 및 흐름에서 기존의 정보미디어는 정보통제자가 존재한다. 하지만 인터넷이라 불리는 네트워크들의 네트워크에는 어떤 특별한 중심이 있다든지 또는 중앙관리체가 존재하지 않는다. 즉 개개의 네트워크의 소유자와 관리자는 존재하지만 인터넷의 소유자와 관리자는 존재하지 않는다. 그럼에도 불구하고 인터넷이 존재하고 기능을 하는 것은 개개의 컴

퓨터 네트워크의 관리자들이 다른 네트워크와 데이터를 이동시키거나 정보를 교환하기 위해서 TCP/IP라 불리는 공통의 통신프로토콜을 사용하고 있기 때문이다. 그러므로 인터넷은 탈중심적이며 누구의 소유도 아니고 다만 서로 연결되어 있을 뿐이다.

셋째, 인터넷의 경우에는 다수의 정보생산자가 존재한다. 기존의 정보미디어의 경우 정보 생산자는 소수이며 그 정체성이 확연히 들어날 뿐만 아니라 정보소비자는 수동적인 수용자이지 결코 적극적인 이용자는 아니었다. 하지만 인터넷에서는 정보생산자와 정보소비자의 개념이 불분명해지고 정보수용자가 정보를 적극적으로 이용, 재생산, 그리고 분배까지 할 수 있다.

넷째, 인터넷은 접근이 용이하다. 기존의 정보미디어는 진입장벽이 매우 높아 정보를 효율적으로 제공하고 자신의 의견이나 사고를 표현하고 싶은 일반 사람들은 매체에 대한 접근이 어려웠다. 하지만 인터넷은 현재 진입을 가로막는 법적 장치가 없을 뿐만 아니라, 다양한 경로 및 저렴한 비용으로 쉽게 인터넷을 통해 정보를 교환하고 자신의 의견이나 사고를 표현할 수 있다.

이러한 인터넷의 특성들은 새로운 형태의 커뮤니케이션을 가능하게 하였으며, 사이버공간 즉, 정보가 이용되고 교환되는 가상의 공간을 형성하게 되었다. 사이버공간은 시간과 공간의 제약을 넘어서 범세계적으로 자료, 사용자의 단어, 인간관계, 부와 권력이 표현되는 가상현실 세계이며, 현실세계의 생활양태가 다양한 모습으로 펼쳐지는 의사체험의 장으로써, 인터넷이 가지고 있는 익명성, 다양성, 양방향성, 다중성

의 특징으로 인하여 현실세계보다 더욱 복합적인 양태로 존재하고 있다. 그러므로 사이버공간은 사회환경에 변화를 초래하고 새로운 가상현실의 세계를 설정하여 과거와는 전혀 다른 가상의 사회행태를 가능하게 하였다.

정보의 가치가 상승하면서 쌍방향성을 비롯하여 탈중심성, 접근의 용이성, 멀티미디어성과 같은 인터넷의 특징에 따라 우리 생활환경을 물리적 공간과 사이버공간으로 확대토록 하였다. 인터넷은 사이버공간이라는 새로운 형태의 커뮤니케이션 공간을 제공하여 인간의 대인관계를 비롯하여 생활양태, 사고방식의 변화 등 사회전반에 커다란 변화를 초래하였다..

### 2.3 인터넷을 통한 정보전달서비스

정보의 가치가 점점 커짐에 따라 정보의 수집과 이용이 보다 다양하게 이루어지고 있다(정진식 2002). 그러므로 지식과 정보의 창출, 유통, 활용을 극대화 시켜나가고 이를 효과적으로 관리하며 경쟁력 있는 시스템으로 개선해 나가기 위해서는 다양한 유형의 첨단 정보미디어에 저장된 지식의 종류와 깊이 등 양적 측면의 처리 능력뿐만 아니라 새로운 상황에서 관련성이 있는 지식을 적절히 엮어주고 적합한 방법을 모색해 내는 질적 측면의 정보처리 능력이 요구되는 것이다.

앞에서 살펴본 바와 같이 컴퓨터와 정보통신 기술의 발전으로 인터넷은 짧은 기간동안에 비약적인 파급을 통하여 정보사회를 특징짓는 핵심적인 정보미디어로 인식되고 있다(박경호 2003). 이제 인터넷은 단순한 컴퓨터 통신망이 아닌 사이버공간이라는 하나의 공동체를 형성

하고 그 안에서 수많은 정보의 교환이 이루어지는 세계 최대의 정보도서관이 되었으며, 많은 이용자들의 정보를 찾기 위한 수단으로 자연스럽게 인터넷을 이용하고 있다.

이렇게 디지털화, 영상화, 종합화, 고도상호화, 비동시화의 특징을 지닌 인터넷은 정보의 제공과 전달에 있어서 최신 정보미디어로서의 특성을 잘 나타내주어 이용자가 선호하는 정보미디어가 되었으며, 그 결과 현대사회는 인터넷을 통한 정보의 전달과 제공이 정보서비스의 근간을 이루고 있다(엄익천 2003). 그러나 모든 정보미디어에는 순기능과 역기능이 공존하듯이, 인터넷을 통한 정보교환이 보다 효율적으로 이루어지기 위해서는 몇 가지 문제점 및 한계점을 파악하여 극복해야 할 것이다(손선애 2001).

인터넷을 통한 정보서비스의 보완점을 살펴보면, 첫째, 인터넷에 존재하는 정보는 출처가 불분명하다는 것이다. 인터넷으로 정보를 검색할 경우 똑같은 내용이 여기저기에 산재해 있는 경우가 많으며, 정확한 출처를 파악할 수 없어 그 정보에 대한 신뢰성을 입증하기 어려운 면이 있다. 정보에 대해 책임자가 없는 것은 이용자들에게 많은 혼란을 야기할 뿐만 아니라 제공되는 정보의 신뢰성도 떨어질 수 있게 된다.

둘째, 인터넷을 통해 정보는 매우 간단한 방법으로 이곳에서 저곳으로 옮겨진다. 어느 특정 웹사이트에 존재하는 정보를 이용자가 임의로 복사하여 여러 곳에 옮기고 때로는 그것이 마치 자신의 생각인 것처럼 하는 것이다. 이러한 문제는 저작권과도 관련이 있다. 또한 인터넷에는 다수가 정보의 제공자가 될 수 있는데,

그로 인해서 부정확한 정보가 생겨나기 쉬울 뿐만 아니라 여과과정도 없이 빠른 시간 내에 이곳에서 저곳으로 옮겨질 수도 있다

셋째, 인터넷상에서 양질의 정보를 찾기 어렵다. 정보의 바다로 표현되는 인터넷은 그 별명만큼이나 무수한 정보로 넘쳐나고 있는데, 인터넷상의 정보들은 그냥 그곳에 존재할 뿐 양질의 정보로 가공되어 있지 않은 것이 문제이다(이용봉 2003). 이는 정보사회의 중요한 생존수단인 정보의 습득을 저해하는 하나의 요인이 될 수 있으므로 이에 대한 대책이 마련되어야 하겠지만, 인터넷에 중앙관리체제가 없다는 특징은 이것을 어렵게 하고 있는 것이다.

넷째, 사이버공간상에서의 정보제공과 전달은 비인간화나 물개성화를 초래할 수 있다(조찬식 2001). 이는 디지털적 사고가 가져오는 '사고의 분절성과 단편성', '물개성화 또는 획일화', 그리고 '기억의 단순성과 단기성' 등에서 비롯되는 것으로, 인터넷상의 정보서비스는 정보제공자와 정보전달자 그리고 정보소유자의 주체를 근본적으로 소외시키고 있기 때문에 교환되는 정보에 대한 이해도와 신뢰도를 낮출 수 있게 되어 정보서비스의 효율성을 떨어뜨리게 된다.

요컨대, 정보의 제공과 전달은 인터넷의 발달과 보급 그리고 사이버공간을 통해서 그 효과를 최대로 끌어올리고 있지만, 그 정보의 실체인 적합성 등의 질적인 면에 대해서는 보장되지 않는다는 것이 현실적인 문제이다. 현대사회에서는 마치 인터넷이 하나의 거대한 도서관으로 인식되고 있다고 볼 수 있지만 이러한 인터넷의 무수한 정보는 그냥 그곳에 존재할 뿐, 양질의 정보로 가공되지 않은 경우가 많다.

그래서 인터넷을 통한 검색은 항상 한계가 있고, 그 정보의 출처가 의심스러운 경우도 많고, 믿을 만한 정보를 구분하기도 쉽지 않다. 그러므로 정보의 제공과 전달의 수단으로서 인터넷상의 정보를 이용자의 측면에서 더욱 효율적으로 제공 전달하기 위한 방안의 강구가 절실히 요구되는 것이다.

### 3. 매개자와 아바타

현대사회에서 인간이 이용하는 모든 형태의 정보는 이전 사회에 비해서 급속한 양적 팽창과 동시에 정보의 내용이 세분화, 전문화되고 그 정보가 여러 분야에서 다양화되고 복합적인 형태로 변형되어 이용되고 있다. 또한 정보가 생성되고 소멸하는 사이클의 속도가 빨라짐에 따라 이용할 수 있는 정보가 더 많이 주어질수록 사람들은 정보에 더 둔감해지기도 한다. 즉, '정보의 풍요' 속에서 의사결정을 하기가 어려워지고 사회가 이전보다 무질서화 되어 있는 것처럼 보여지는 '정보과잉의 상태'에서 쏟아져 나오는 정보가 많을수록 인간이 흡수하고 보존하고 또 활용할 수 있는 정보의 양은 적어지게 되었다(위지영 1996).

그러므로 정보의 이용자에게 효율적인 정보의 습득을 돕기 위해서는 보다 멀티미디어적인 정보전달 방식이 유용할 수 있다. 멀티미디어는 텍스트 뿐만 아니라 그래픽, 사진, 동영상, 사운드 등을 통합적으로 구성하는 체계라고 정의할 수 있다. 즉, 시각과 청각을 아우르는 다양한 형태의 정보를 구성해서 정보를 전달할 수 있는 미디어의 기능을 갖게 되는 것을 뜻한

다. 이러한 점에서 멀티미디어적인 이미지의 한 형태인 아바타와 그것의 정보전달의 매개자로서의 활용은 정보의 제공과 전달에 있어 이용자에게 도움을 줄 수 있다.

#### 3.1 아바타의 개념

아바타(Avatar)는 분신(分身)·화신(化身)을 뜻하는 말로, 사이버공간에서 사용자의 역할을 대신하는 애니메이션 캐릭터이다. 원래 아바타는 산스크리트어의 '아바따라(avataara)'에서 유래한 말이다. 아바따라는 '내려오다' 또는 '통과하다'라는 의미의 Ava와 '아래' 또는 '땅'이란 뜻을 지닌 Terr의 합성어로, 신이 지상에 강림함 또는 지상에 강림한 신의 화신을 뜻한다. 산스크리트어인 '아바따라'는 힌디어에서 '아바따르'로 발음되는데, '아바타'는 힌디어의 '아바따르'에서 맨 끝의 '르'발음이 탈락된 형태이다.

이렇게 아바타는 고대 인도에서는 땅으로 내려온 신의 화신을 지칭하는 말이었으나, 인터넷시대가 열리면서 3차원이나 가상현실게임 또는 웹에서의 채팅 등에서 자기 자신을 나타내는 그래픽 아이콘을 의미한다. 예를 들면, 여자아이들이 두꺼운 종이에 그려진 예쁜 의상들을 가위로 오려내서 이리저리 붙이던 '인형 옷 같아 입히기'를 연상할 수 있다. 이러한 놀이가 인터넷상에서 부활한 것이 바로 아바타이다. 결국 아바타란 사이버공간 속에서 활동하는 사용자의 분신인 동시에 '사이버공간에서 자신의 정체성을 확인시켜주는 이미지' 또는 '가상의 나'라고 할 수 있다.

아바타의 역사적 배경을 살펴보면 인간의

대리자로 시작했음을 알 수 있다. 최초의 인간 형태의 2D 그래픽 이미지가 출현한 멀티미디어 채팅은 Habitat였다. Habitat는 1985년 AOL의 전신인 QuantumLink의 의뢰로 만들어졌는데 이것을 기획한 사람은 Starwars의 George Lucas였다. 그는 Vernor Vinge의 판타지 소설 'True Name'에서 영감을 얻었다고 한다. 그리고 이 '아바타'라는 말을 대중화 시킨 계기는 닐 스티븐슨(Neal Stephenson)의 'Snow Crash'라는 SF소설에서이다. 이 소설에는 메타버스(metaverse)라는 가상의 나라가 있고, 여기에 들어가려면 모든 사람들은 아바타라는 가상의 신체를 빌려 활동을 하게 되어 있었다. 이후 이러한 소설 속의 가상세계들이 인터넷상에서 조금씩 구현되기 시작했다.

이렇게 아바타는 사회의 욕구에 따라 발생한 가상 캐릭터인 것이다(조세환 2003). 사회의 변화 즉, 직접 대면이 줄어들고 사이버공간을 통해 원격지의 사람과 접촉하게 하는 인터넷의 보급과 발달은 네티즌으로 하여금 무언가 자신을 표현하기 위한 수단을 강구할 필요성을 느끼게 한 것이고, 이러한 필요성으로 아바타가 발생하게 된 것이라고 볼 수 있다. 사이버공간에서 개인의 분신인 아바타는 이메일, 채팅, 온라인게임에서 실제의 모습을 대신해 활동하고 있으며, 현실공간과 같이 여러 가지 표정을 짓고, 옷을 갈아입으며 사이버거리를 확보하면서, 현실공간과 가상공간을 이어주는 존재로 익명과 실명의 중간쯤에 존재한다고 표현한다. 과거의 네티즌들은 사이버 공간의 익명성에 매료되어 있었으나 이제는 나름대로 자신을 표현하고자 하는 욕구를 느끼게 되었다. 이

두 가지 욕구를 한번에 충족시켜 주는 것이 아바타인 것이다.

### 3. 2 우리나라의 사용현황

국내에서는 지난 95년 넥슨(www.nexon.com)이 인터넷 2D 그래픽 머드 게임인 '바람의 나라' 서비스를 발표해 아바타의 호시가 되었다. 아바타는 네티즌 개개인에 대한 하나의 분신으로서 자신의 존재가치를 사이버공간 속에서 표현하고자 하는 것이 캐릭터에 담겨 나타나는 것이다. 아바타는 이러한 네티즌의 욕구를 수용한 새로운 매개체로서 가치를 갖게 되었다.

아바타의 본격적인 사용은 2002년 10월 세이클럽(www.sayclub.com)이 유료화를 선언하면서 부터라고 할 수 있다. 이 시기부터 아바타에 대한 개념이 보편화 되었고, 이 아바타는 온라인상에서 채팅서비스의 가장 큰 역할을 담당하기에 이른 것이다. 이렇게 우리나라에서의 아바타는 채팅사이트인 세이클럽에서의 성공 이후 프리챌(www.freechal.com), 한게임(www.hangame.com), 스카이라브(www.skyloveU.com)등 인기사이트들을 중심으로 다양한 종류의 아바타가 선보이기 시작하였다.

아바타의 사용이 증가함에 따라 업체들 사이에서 특허청에 등록하는 아바타의 수가 크게 늘어났다. 특허청은 아바타가 게임이나 채팅에 이어 이동통신, 교육, 쇼핑 등 다양한 분야의 비즈니스모델(BM)과 결합하고 있고 3차원 아바타로 기술이 진화하면서 출원이 큰 폭으로 늘어나고 있다고 밝혔다. 아바타 관련 BM 특허출원건수는 지난 1999년 17건에 불과하던



것이 2002년에는 194건으로 급증했으며 국내 인 출원이 외국인 출원을 압도해 전체의 95% 이상을 차지하고 있다.<sup>1)</sup>

현재 아바타 서비스 이용자는 다음 4만5000여명, 프리챌 65만명, 세이클럽 140만명, SBS 인터넷 35만명으로 이 중 대부분은 청소년이다. 청소년의 무분별한 아바타 이용 덕분에 업체들은 월평균 수십억원의 매출을 거둬들이며 유래 없는 호황을 누리고 있다. 주요 업체가 아바타로 벌어들이는 매출은 지난해 말 기준으로 한게임 15억원, 세이클럽 25억원, 웹젠 30억원, 포트리스 35억원 등 대부분 수십억원대다.<sup>2)</sup>

요컨대, 우리나라의 아바타는 그 산업이 시작된 지 불과 몇년만에 큰 시장을 형성하여 많은 수익을 창출하고 있는데, 이는 자신의 정체성을 인터넷공간에서도 확인하고 표현하고 싶은 네티즌의 욕구에 힘입어 더욱 발전하게 된 것이다. 또한 아바타는 주로 채팅, 게임, 이메일에서 사용되고 있고 그 이용자들의 대부분은 청소년이다. 이는 아바타가 남들과 달리 보이고 싶은 젊은 층의 눈길을 끌기에 충분히 매력적인 존재이기 때문이다. 오늘 날의 아바타는 이제 세대와 성별의 구분을 떠나 인터넷상에서 급속하게 퍼져나가고 있는 실정이다.

### 3. 3 아바타의 특징

아바타의 특징에 대해 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째 아바타는 가상공간에서 자아의 정체성을 나타내 준다(윤수진 2003). 정보사회에서는 직접대면이 줄어들고 인터넷을

통한 사이버 공간상에서의 만남이 늘어나게 되었다. 이러한 비 대면성은 익명성으로 움직여지는 사이버 공간의 대표적 특징이었으나, 인터넷이 일반화되고 적당한 시간이 흐른 현재에는 익명성보다는 자신의 존재를 나타내고 싶어 하는 욕구가 증가하고 그러한 욕구에 대해 아바타가 발생하였다고 볼 수 있다(강혜승 2003). 즉 사이버 공간에서 자신의 정체성을 표현하기 위한 수단이 바로 자신의 분신을 뜻하는 아바타이다.

둘째, 아바타는 새로운 자아를 창조할 수 있다. 아바타를 통해 인간의 정체성은 육체로부터 자유로워진다. 아날로그 세계에서 자신의 모든 것을 규정했던 외형으로부터 어떠한 구속도 당하지 않는 것이다(곽효순 2003). 인간의 얼굴, 지문, 목소리 등 신원 파악에 사용되는 모든 것이 가상공간에서는 통용되지 않기 때문이다. 그리고 이는 사회에 내재되어 있는 모든 선입견과 위계가 가상공간에서 해체된다는 것을 의미한다. 이제 가상공간의 아바타 간에는 사회적인 위계서열이 존재하지 않으며 모든 관계는 수평하고 대등한 관계로 재구성될 것이다.

셋째, 아바타는 시간이나 공간에 구애받지 않는 존재이다(이혜자 2001). 아바타는 사이버 공간상에서 실시간으로 이용자를 캐릭터로 표현해 주고 사람들은 인간관계를 맺고 정보교환을 한다. 즉 현실세계에서 '시간·공간적으로 제재를 받는 나'와 가상세계에서 '시간·공간적인 제재를 받지 않는 나'의 공존은 사이버공간상의 정보이용자들의 호기심을 자극하고 자신을 표현하려는 욕구와 감추려는 두 가지 욕구를 시간이나 공간에 구애받음 없이 만족시킬

1) <디지털타임즈> 2003년 10월 22일

2) <전자신문> 2003년 07월 28일

수 있다.

넷째, 아바타의 활용범위는 다양하다(이규민 2003). 인터넷상에서의 새로운 주체인 아바타는 온라인 채팅뿐만 아니라, 여러 분야에서 아바타를 이용하기 위한 연구가 활발히 이루어지고 그 비중도 커지고 있다. 아바타는 인터랙티브 게임 캐릭터, 엔터테인먼트로서의 프로그램 진행자, 산업이나 기업의 프로모션, 각종 군사 모의 실험 및 조작인 등으로 활용되어 지고 있다. 이러한 '휴먼 유저 인터페이스'(Human User Interface)의 개념은 컴퓨터와 인간간의 상호작용에 해당하는 모든 영역에 적용된다. 웹에서 이용되는 다양한 기능들 검색, 메일링, 자동응답 등의 기능을 가진 에이전트와 인간의 언어처리 방식을 결합하고 이를 3D 그래픽을 이용해 만든 아바타에 구현함으로써 아바타가 기존의 인터페이스를 대신하고 또한 아바타가 웹 인터페이스를 대신함으로써 컴퓨터와 인간과의 매개체 역할을 한다(이혜자 2001).

#### 4. 아바타의 활용사례

아바타의 등장과 함께 아바타의 특성을 이용한 활용은 많은 분야에서 이루어지고 있다. 이러한 아바타의 활용이 점점 확산되어가는 것은 아바타가 인터넷이 가져다주는 특징과 문제점을 보완하는 기능을 갖고 있기 때문이며, 이러한 아바타의 활용의 범위와 효과는 날로 발전하고 있다.

정희진과 엄기서(2001)는 인터넷게임 등의 가상공간에 나타난 아바타들의 사례를 분석하면서, 아바타가 컴퓨터게임 등에 등장함으로써

시각화를 통한 표현의 역동성과 전달의 효과를 더욱 높이고 있다고 분석하였다. 또한 이러한 가상공간에서의 아바타의 이용은 천편일률적인 것이 아니고 주제나 내용과 표현방법 등에 따라 다양하게 이루어 질 수 있기 때문에 아바타의 활용이 여러 가지 관점에서 분석될 때 가상공간속에서 다양한 삶을 지속할 수 있다고 보았다.

박희정 등(2002)은 온라인 채팅에서 아바타의 활용이 매체에 대한 사용자의 인지에 미치는 영향을 조사하면서, 아바타의 활용이 온라인상에서 그래픽으로 구현된 아바타를 통해 커뮤니케이션 함으로써 텍스트에 의한 커뮤니케이션에 비해서 흥미와 동기를 유발시키고 있다고 분석하였다. 그리고 이러한 흥미유발은 이용자들에게 텔레프레젠스(telepresence)와 사회적 실재감을 더 잘 느낄 수 있게 하여 흥미향과업 뿐만 아니라 직무지향적인 업무에서도 그 효과를 더 잘 나타내고 있음을 주장하였다.

김문석(2002)은 인터넷마케팅에 나타난 아바타의 활용사례를 연구하면서, 가상공간상의 상거래에도 최근의 시대적 요구인 개성화와 자기표현이 주목을 받고 있으며 아바타의 활용은 이러한 자기표현을 뛰어넘어 기업이나 상품의 이미지를 대변하는 수단으로 각광을 받고 있으며, 사이버상의 아바타가 일상생활의 일부로 자리잡는 날이 다가움을 예측하고 있다. 그리고 아바타가 갖고 있는 기능들을 단순한 이미지 차원의 기능이 아닌 실제 가상공간에서의 활동이 가능한 다양한 실제적 기능이 추가되면서 발전할 것을 조사하였다.

유창조(2003)는 정보제공자들과의 민속학적

면접을 통하여 '자아'와 아바타의 관계를 중심으로 아바타의 소비경험을 분석하였다. 그 결과 인터넷상에서의 자아개념은 현실보다 구체적으로 분석이 가능한데, 예컨대 아바타가 현실속의 욕구나 역제를 발산하는 경로의 역할을 함으로써 보다 친근하고 자유로운 커뮤니케이션이 가능해지고 원활한 의견교환이 가능해진다고 분석하였다. 그리고 이러한 아바타의 활용은 공동체 의식을 정립해가는 과정에서 관계의 형성에 기여하게 된다고 보았다.

이상에서 살펴본 바와 같이 아바타의 인터넷상의 여러 분야에서 활용되고 있으며 그 범위는 점점 넓어지고 있으며, 지속적인 기술적 발전과 기능의 다양화를 이루어가고 있다. 그러므로 이러한 아바타의 활용은 인터넷상의 정보전달서비스에서의 활용가능성을 암시한다고 할 수 있다.

## 5. 정보전달서비스의 아바타 활용

보다 효율적인 정보전달서비스를 위한 아바타 활용의 이론적인 근거는 점점 대중화 되어가는 아바타가 단순한 상업적, 오락적 목적으로 편중되어 활용된다는 점이며, 바로 교육이나 정보서비스 분야에 활용이 되어야 한다는 것이다. 아바타의 특성과 가능성을 살펴보면 아바타의 기능과 역할은 훨씬 다양하며 특히 정보의 제공과 전달이라는 목적에 맞게 쓰여질 수 있기 때문에 예상되는 문제점을 극복할 수 있다면 아바타를 활용한 보다 효율적인 정보서비스의 구현이 가능하게 된 것이다.

### 5. 1 이론적 가능성

정보사회에서 정보의 가치가 점점 커짐에 따라 정보전달서비스의 중요성도 커지게 되었다. 정보의 제공과 전달은 정보미디어를 통하여 이루어지게 되는데, 최근 컴퓨터의 보급과 네트워크화로 대중화된 인터넷과 인터넷으로 비롯된 새로운 사회인 사이버공간은 정보의 전달과 교환의 이루어지는 세계적인 정보도서관의 역할을 하고 있다. 그런데, 이러한 인터넷의 무수한 정보는 그냥 그곳에 존재할 뿐, 그 정보의 실체에 대해서는 보장되지 않는다는 것이 큰 문제인 것이다. 그래서 인터넷을 통한 정보의 습득은 항상 한계가 있고, 그 정보의 출처가 의심스러운 경우도 많고, 믿을 만한 정보를 구분하기도 쉽지 않다.

아바타라는 가상캐릭터는 현실과 가상의 세계를 이어주는 익명과 실명의 중간에 위치하고 있으면서, 이용자들의 호기심과 욕구에 부응하여 급속히 일반화, 대중화되고 있다(허태정 2003). 아바타는 이미 상업적, 오락적 목적으로 넓게 활용되고 있으며, 아바타에 관한 기술적, 기능적인 진보는 계속될 것이다. 앞에서 살펴본 우리나라의 아바타 이용 분야는 게임, 채팅, 인터넷상거래분야에서 이미 활발하게 이용되면서 하나의 새로운 시장으로 성장하고 있음을 보여주고 있다. 그러므로 아바타가 점점 활성화되면서 아바타를 통한 정보의 제공과 교환은 점점 활발해지고 정교해질 전망이다.

그러므로 우리가 생각해 보아야 할 점은, 첫째, 현재 아바타가 단순한 흥미와 수익의 목적으로 이용되고 있는 점이다. 현재 많은 수의 사람들이 사용하는 아바타는 주로 오락분야와 채팅

서비스에 한정되어 있고 그 목적이 단순한 경제 가치의 창출에 있는데, 이로써 발생하는 문제로 경제적 부담이나 심리적 중독 그리고 과소비 등을 들 수 있다. 그리고 이는 사이버공간의 정체성을 표현해 주는 아바타의 특성과 가능성을 제대로 활용하지 못하고 있는 것으로 볼 수 있다.

둘째, 아바타를 다른 분야에 적극 활용하는 것이다. 바로 교육이나 정보전달서비스 분야의 활용이 그것이다. 이러한 활용방안의 한 가지 경우로 다음과 같이 예상해 볼 수 있다. 제공되는 정보에 대해 아바타를 활용하여 해당 정보에 대해 책임성을 부여하는 것이다. 현재 인터넷상에 떠도는 정보는 저작권이 취약하며 쉽게 이곳에서 저곳으로 전달될 수 있다. 그래서 출처가 불분명한 것이 많고, 믿을만한 정보인지도 판단하기 어렵다. 그러므로 정보에 대해 자신의 아바타를 함께 활용하여 제공한다면, 확실히 지금의 상황보다는 훨씬 안정된 정보의 신뢰성과 타당성을 유지할 것이라고 예상된다.

이제 사이버공간에서의 익명성으로 움직여지는 사회보다는 하나의 사회로서 자신의 존재를 알리는 정체성 표현의 단계로 진입하고 있다고 할 수 있다. 그러한 정체성의 표현방법으로 실물의 표본인 아바타는 유용한 것이 될 것이며, 이미 아바타의 활용에 관한 연구와 노력은 여러 분야에서 급속히 진행되고 있는 실정이다. 이러한 이유로 아바타를 다른 분야 즉, 정보의 전달과 제공이라는 것에 대한 구체적인 활용방안에 대한 연구가 진행되어야 한다.

## 5. 2 기대되는 효과

아바타를 활용한 정보전달서비스란 인터넷

상에서의 정보의 제공과 전달이 아바타를 통하여 이루어지는 것을 의미한다. 즉 인터넷상의 정보전달서비스가 더 이상 정보의 교환만으로 이루어지는 것이 아니라, 정보서비스의 과정에 정보제공자와 정보수요자가 아바타를 매개로 하여 정보의 교환이 이루어지게 되는 것이다. 그러므로 아바타를 이용한 정보전달서비스는 더 이상 진공상태의 에너지들의 흐름이 아닌 정보서비스에 관련된 가상인격들의 커뮤니케이션이라 할 수 있다.

이렇게 정보전달서비스에 아바타를 활용할 경우에 기대되는 효과는 다음과 같다. 첫째, 전달되고 제공되는 정보의 책임성과 신뢰성을 높일 수 있다. 비록 정보제공자가 누구인가가 분명히 드러나는 것은 아니지만 정보제공자의 '또 다른 나'를 통하여 정보가 제공되는 만큼 교환되는 정보가 최소한의 신뢰성에 바탕을 두게 된다. 그리고 아바타를 통한 정보의 출처가 분명해짐에 따라 양질의 정보가 책임있게 제공되고 전달될 수 있게 된다.

둘째, 정보전달서비스에서 완전 익명성이 초래하는 부작용을 막을 수 있다. 아바타를 활용한 정보의 제공과 전달에서는 저작권의 침해나 프라이버시의 침해 등 정보의 오용과 남용이 현저히 줄어들게 된다. 이것은 정보전달자가 자신의 분신에 대해 갖는 기본적인 책임감에서 비롯되는 것으로, 익명을 통한 무책임한 정보의 제공에 따른 법적, 윤리적인 피해를 줄일 수 있는 것이다.

셋째, 정보의 제공과 전달에서의 대리만족 효과를 얻을 수 있다. 아바타를 위한 아이템의 종류는 힙합, 캐주얼, 정장 등의 각종 일상의 의상부터 영화에 나오는 특수 의상이나 소품까

지 숫자를 셀 수 없을 정도로 다양하다. 이렇게 아바타를 통한 대리만족은 정보를 교환하는 과정에서 정보제공자나 정보수요자 모두에게 심리적인 만족감을 주게 되며, 이를 통하여 보다 편안하고 여유있는 정보의 교환이 가능해지고 그 결과 정보의 교환과정에 대한 만족도를 높일 수 있게 된다.

넷째, 아바타를 이용한 평등성을 담보할 수 있게 된다. 아바타를 통해서 인간의 정체성은 육체나 사회적 위상으로부터 자유로워진다. 그리고 이는 인간관계에 내재되어 있는 모든 선입견과 위계가 가상공간에서 해체되는 것을 의미하며, 정보서비스 과정의 모든 관계는 수평하고 대등한 관계로 재구성된다. 정보가 교환되는 커뮤니케이션이 권위에 따라서 영향을 받게 된다고 볼 때 아바타를 활용한 정보서비스는 정보전달자와 정보수요자 간의 평등한 관계 속에서 정보의 교환을 가능하게 한다.

다섯째, 정보전달서비스 과정에서 보다 친근한 이미지의 연출이 가능하다. 정보제공자와 정보이용자 간에 커뮤니케이션은 필연적으로 긴장감을 동반하게 된다. 아바타의 다양한 생김새와 기능은 자칫 딱딱해지기 쉬운 정보의 제공과 전달을 보다 부드럽고 재미있게 진행시킬 수 있기 때문에, 정보교환 과정에서 도출되는 불친절이나 불만감을 해소하고 정보전달서비스의 과정을 친근한 관계 속에서 진행할 수 있게 된다.

## 6. 결론

지금까지 효율적인 정보전달서비스를 위한

아바타의 활용에 대해서 살펴보았다. 현대사회는 정보사회로서 정보가 중요한 가치를 가지게 됨에 따라 정보의 제공과 전달 즉 정보서비스로부터 정보의 습득이 큰 의미를 갖게 되는데, 인터넷을 통한 정보서비스가 주류를 이루는 정보사회에서는 그 정보전달의 효과를 높이기 위한 하나의 수단이 필요하고 그 수단으로서 아바타를 정보전달서비스 분야에 적용할 수 있는 것이다.

정보전달서비스는 정보의 제공과 전달을 의미한다고 볼 수 있는데, 정보의 제공과 전달에는 그 수단인 매체가 큰 영향을 미친다. 즉 정보미디어에 따라 정보수용자와 전달자에게 주는 효과가 달라진다. 과거로부터 현재까지의 정보미디어의 변화를 보면, 과거에는 단순히 알려주기에 그 초점이 있었지만 정보기술의 진보로 현재에는 새로운 정보미디어인 인터넷과 사이버공간의 출현으로 디지털화, 영상화, 종합화, 고도상호화, 비동시화의 특징을 가짐으로서 정보의 습득에 더 큰 효과를 주고 있다.

한편, 아바타는 특정인의 분신이나 화신을 뜻하는 말로, 사이버 공간에서 사용자의 역할을 대신하는 애니메이션 캐릭터를 의미한다. 즉, 아바타는 사회의 발전, 즉 정보사회의 발전과 함께 관련되어 등장한 것이다. 직접 대면이 줄어들고 사이버공간상에서 컴퓨터의 모니터를 통하여 멀리 떨어져 있는 이용자간에 접촉하게 되는 방법의 보편화로 인하여 무엇인가 자신을 표현하기 위한 수단의 부재로 이것을 대신하기 위해 발생한 것으로, 이제는 우리나라에서도 더욱 다양한 형태로 발전하게 된다. 우리나라에서 현재 이용되고 있는 분야는 주로 채팅, 게임, 이메일 등에서 이용되고 있는데,

그 이용층도 청소년 등의 젊은층에서 점점 대  
중화되어 가고 있다.

이러한 아바타의 특징으로는, 첫째, 아바타는  
가상공간에서 자아의 정체성을 나타내 준다. 정  
보사회에서는 직접대면이 줄어들고 인터넷을  
통한 사이버공간상에서의 만남이 늘어나게 되  
었고 사이버공간에서 자신의 정체성을 표현하  
기 위한 수단이 바로 자신의 분신을 뜻하는 아  
바타이다. 둘째, 아바타는 새로운 자아를 창조  
할 수 있다. 아바타를 통해 인간의 정체성은 육  
체로부터 자유로워진다. 아날로그 세계에서 자  
신의 모든 것을 규정했던 외형으로부터 어떠한  
구속도 당하지 않는 것이다. 셋째, 아바타의 활  
용범위는 다양하다. 인터넷상에서의 새로운 주  
체인 아바타는 온라인 채팅뿐만 아니라, 여러  
분야에서 아바타를 이용하기 위한 연구가 활발  
히 이루어지고 그 비중도 커지고 있다.

이렇게 아바타에 대한 이해와 그 특징으로  
앞서 살펴본 인터넷을 통한 정보전달서비스의  
문제를 해결할 방법을 아바타에서 찾을 수도  
있다. 즉 정보매개자의 역할을 하는 아바타를  
생각할 수도 있는 것이다. 인터넷을 하나의 거  
대한 도서관으로 볼 때 이곳의 넘치는 정보를  
양질의 것으로 가공하여 서비스해 줄 즉, 현실  
공간에서의 사서를 대신할 가상공간의 아바타

가 필요한 것이다.

그러므로 우리가 생각해 보아야 할 점은 첫  
째, 현재 아바타가 단순한 흥미와 수익의 목적  
으로 이용되고 있는 점이다. 현재 많은 수의  
사람들이 사용하는 아바타는 주로 인터넷상거  
래분야와 채팅서비스에 한정되어 있고 그 목적  
이 단순한 수익에 있는데, 이는 사이버 공간의  
정체성을 표현해 주는 아바타의 특성과 가능성  
을 제대로 활용하지 못하고 있는 것으로 볼 수  
있다. 둘째, 아바타를 다른 분야에 적극 활용하  
는 것이다. 바로 교육이나 정보서비스 분야의  
활용이 그것이다. 정보에 아바타를 표시하여  
해당 정보에 대해 책임성을 부여하는 것이다.

이제 사이버 공간에서의 익명성으로 움직여  
지는 사회보다는 하나의 사회로서 자신의 존재  
를 알리는 정체성 표현의 단계로 진입하고 있  
다고 할 수 있다. 그러한 정체성의 표현방법으  
로 실물의 표본인 아바타는 유용한 것이 될 것  
이다. 이러한 이유로 아바타를 다른 분야 즉,  
정보의 전달과 제공이라는 것에 대한 구체적인  
활용방안에 대한 연구가 진행되어야 한다. 또  
한 본 논문에서는 다루지 않은 아바타의 부정  
적인 측면에 대한 연구와 부정적인 면을 최소  
화할 수 있는 대안의 모색에 관한 것도 연구되  
어야 한다.

### 참 고 문 헌

강혜승. 2003. 『익명성 유무에 의한 서비스 특  
성이 아바타 이용실태에 미치는 영향  
인터넷 채팅과 인스턴트 메신저를 중심  
으로』. 석사학위논문, 이화여자대학교,

정보과학대학원.  
곽효순. 2003. 『청소년들의 아바타 사용에 관  
한 연구』. 석사학위논문, 명지대학교, 청  
소년지도학.

- 김문석. 2002. 아바타를 이용한 E-Business 적용사례 연구. 『디자인과학연구』, 2 25-30.
- 박경호. 2003. 『Web을 이용한 대학도서관 정보서비스 모형에 관한 연구』. 석사학위 논문, 한성대학교, 정보학.
- 박의정 등. 2002. 온라인 채팅에서 아바타의 도입이 매체에 대한 사용자의 인지에 미치는 영향. 『경영정보학연구』, 12(4): 77-99.
- 손선애. 2001. 『디지털환경에서의 효과적인 온라인 정보서비스방안 연구』. 석사학위 논문, 한양대학교, 교육대학원 사서교육 전공.
- 엄익천. 2003. 『웹 서비스(Web Services)의 활용방안에 관한 연구』. 석사학위논문, 국민대학교, 정보관리학.
- 오경목, 노영진. 2003. 공공도서관 전자정보실의 정보서비스 활성화를 위한 마케팅 전략에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 20(3): 261-276.
- 우영옥. 2002. 『멀티미디어 콘텐츠를 위한 온라인 정보제공 서비스 시스템의 설계 및 구현』. 석사학위논문, 경성대학교, 멀티미디어정보예술대학원, 정보공학.
- 위지영. 1996. 『GUI디자인을 위한 효과적인 방법에 관한 연구』. 석사학위논문, 이화여자대학교, 디자인대학원.
- 유창조. 2003. 아바타의 소비경험에 관한 탐색 연구: 자아와 아바타의 관계를 중심으로 『마케팅관리연구』, 8(1): 79-98.
- 윤수진. 2003. 『가상공간에서 아바타를 활용한 자아표현의 실태 분석 연구』. 석사학위 논문, 경희대학교, 교육대학원.
- 이규민. 2003. 3D 아바타를 이용한 콘텐츠 제작 및 Web 서비스: my PD 『디지털도서관』, 30: 65-69.
- 이용봉. 2003. 공공도서관 정보서비스의 품질 향상을 위한 웹사이트 사용성 평가에 관한 연구: 대전지역을 중심으로 『한국문헌정보학회지』, 37(3): 177-196.
- 이혜자. 2001. 『가상환경에서 아바타를 이용한 실시간 상담에 관한 연구』. 석사학위논문, 연세대학교, 교육대학원.
- 장석권, 최상훈. 2003. 온라인 정보서비스 이용행태모형. 『경영정보학연구(한국경영정보학회)』, 13(2): 87-104.
- 전석호. 2001. 『정보사회론』. 서울: 나남.
- 정진식 외. 2002. 『디지털도서관 정보서비스』. 서울: 한국도서관협회.
- 정희진, 엄기서. 2001. 가상공간에 나타난 아바타 유형에 관한 사례연구. 『서울디자인포럼학회 디자인학연구집』, 7(1): 319-331.
- 조세환. 2003. 『아바타 소비행동의 선행요인 탐색』. 석사학위논문, 아주대학교, 심리학.
- 조찬식. 2001. 인터넷상에서의 언어사용에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 35(4): 177-196.
- 황승흠, 황성기. 2003. 『인터넷은 자유공간인가』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 허태정. 2003. 『아바타 이용자의 자아개념과 아바타 이미지에 관한 연구』. 석사학위 논문, 성균관대학교, 의상학.