

아바타의 그래픽 표현에 나타난 문화적 스토리텔링의 특징에 관한 연구

The Study on the Characteristics of Cultural Storytelling in the Graphic of Avatars

주저자 : 장호현(Jang, Ho-hyun)

강남대학교 예체능학부 시각디자인전공 교수

본 연구는 2003학년도 강남대학교 교내학술연구비 지원에 의한 것임.

1. 서 론

2. 아바타의 의미와 역사

3. 아바타의 그래픽 표현 유형 분석

3.1 그래픽 표현 유형

3.1.1 픽셀 아바타

3.1.2 플래시 아바타

3.1.3 3D 아바타

3.2 아바타의 그래픽 표현 유형 분석

3.2.1 기본 아바타

3.2.2 아바타 의상의 그래픽 특징

3.2.3 아바타 소품의 그래픽 특징

3.2.4 아바타 배경의 그래픽 특징

3.3 아바타의 그래픽의 발전적 전망

4. 아바타에 나타난 대중문화적 스토리텔링

4.1 아바타의상에 나타난 트렌드

4.2 아바타 콘텍스트를 통해 본

외모지상주의 문화

4.3 아바타를 통해 본 코스프레 문화

4.4 아바타에 나타난 광고

4.5 아바타를 통해 나타나는 공동체 문화

4.6 아바타와 현실세계

4.7 키치와 아바타

4.7.1 키치의 개념 정리

4.7.2 아바타의 키치적 특성

5. 가상공간에서의 아바타의 정체성

5.1 복수자아로서의 아바타의 정체성

5.2 소비의 대상으로서의 아바타의 정체성

6. 결 론

참고문헌

(要約)

아바타는 가상공간 상의 가상신원으로 2D, 3D 등의 다양한 그래픽 형태로 표현된다. 아바타는 단순히 캐릭터의 조합으로 그치는 것이 아니라 그 시대나 사회의 문화적인 아버투스를 드러내게 되는데 이는 세대나 계층에 따라 차별화 혹은 대중문화의 무의식적인 선택에 의한 취향으로 표현되기도 한다. 현대는 대중문화의 영향을 절대적으로 받고 있으며 이는 현실세계 뿐만 아니라 가상공간에서도 마찬가지로 적용되어 패션의 트렌드, 문화적인 취향, 혹은 개인의 행동양식에까지 영향을 미치고 있다. 이에 아바타 캐릭터의 그래픽 활용 사례를 분석해 기술적인 아바타 표현 방법과 문화적인 측면에서, 적용된 의상, 소품과 배경의 사용과 선택에 따른 대중문화의 전반적인 트렌드와 개인의 생활패턴, 취향을 살펴보고 아바타 소비에 있어서 키치적인 특성을 알아보도록 한다. 또한 이에 따른 대중의 사이버공간 상의 개인의 정체성이 아바타의 표현과 소비가 단순히 이미지의 무의미한 선택 조합이 아닌 사이버 상에서 자신의 존재를 알리는 가상신원으로서의 발전적인 모습으로서 아바타의 모습을 기대해 본다.

(Abstract)

As a virtual identity on the virtual space, Avata is expressed in the various graphic forms such as 2D and 3D. Avata is not just combination of characters, but it also reveals the cultural Avitus of the times or the society, which often represents the discrimination according to the generation or social stratum or the unconscious choice of popular culture

The modern days are absolutely influenced by the popular culture. And, it is also the case in the virtual space as well as the real world, influencing the fashion trend, cultural taste, and even the behavioral pattern of individuals.

Hereupon, through an analysis of cases of using Avata character graphic, we are going to look into the technical ways of expressing Avata and the overall pop culture trend and individual life pattern and taste which are shown in the choice of outfit, accessories, and background. And, we will also find out the kitsch characteristics in the consumption of Avata.

And, we also expect that the image of Avata would be developing into a positive identity demonstrating one's existence on the virtual space, not simply a meaningless choice and combination of image in expressing and consuming Avata.

(Keyword)

AVATAR, Cultural Storytelling, Kitsch, Multiple Identity

1. 서론

우리는 그래픽이미지가 넘쳐나는 시대에 살고 있다. 거리를 둘러봐도 잡지, 텔레비전을 봐도 그래픽이미지 넘쳐나고 있으며 다양한 색채와 형태로 기업이나 제품, 혹은 개인의 개성표현에 이르기까지 자신을 알리기 위해 의도된 모습을 알리기 위해 열중하고 있다. 이러한 그래픽 이미지들은 시대와 문화적 분위기에 따라 유행되는 형태와 색채들이 각각 다르며 그 시대가 원하는 기호와 기대심리의 방향으로 자신의 모습을 만들어가게 마련인데, 이는 현실세계는 물론이거니와 사이버세계에서도 마찬가지로 적용되고 있다. 사이버 공간에서는 특히 개인의 모습과 역할이 중요한 위치를 차지하고 있으며 다양한 문화가 공존하여 이들이 독립적으로 혹은 공동체를 형성하여 자신들의 커뮤니티를 이루어 형성되고 있는 것을 보면 알 수 있다. 이러한 다양성 속에서 개인은 자신의 모습과 이에 따른 정체성을 선택적으로 조합하여 나타낼 수 있는데 사이버 공간에서 사용자의 심리와 역할을 대신하는 기호적 애니메이션 캐릭터, 즉 아바타를 통해서 구현된다. 인터넷의 보편화를 통해 다양한 영역의 문화가 사이버 상에서 공존하게 되고 사이버 상에서 독립적으로 혹은 현실세계와 연계하여 독특한 문화를 형성해 가고 있는데 이러한 문화적인 현상들을 단편적으로 보여주는 것이 사이버 상의 가상신원인 아바타가 아닌가 생각된다. 아바타는 사이버상의 여러 영역에 역할이 확산되면서, 그에 따른 사용자 인터페이스의 측면에서 그래픽적인 특성이 변화되고 있으며 사용자와 시스템의 부담을 줄이는 방향으로 계속 발전하고 있다. 즉 픽셀 아바타에서 플래시 아바타 그리고 3D아바타로 그래픽 표현 영역이 분류되고 이들로 구현된 아바타들은 그것이 개인의 혹은 사회적인 기호와 문화적인 코드에 의해 역할이나 표현방법, 내용이 변하게 된다. 따라서 본 논문에서는 이러한 아바타의 특성들을 살펴보고 현실세계와 가상세계의 트렌드와 이것이 아바타의 그래픽표현에 반영된 사례를 고찰해 보고 이를 바탕으로 여기에 표현된 그래픽표현 양식의 문화적 현상 즉 현재 유행하는 문화적인 코드 또는 과거의 설화 및 사건, 극화(드라마)속 등 인터넷이 보편화된 총체적 문화환경에서 아바타가 어떻게 스토리텔링화 되어지는가를 연구하여, 현실세계에 미치는 영향과 뉴미디어의 가상신원의 경향과 정체성을 도출하고 기호학적 또는 기술적 측면에서 발전될 수 있는 아바타 그래픽의 형태와 새로운 문화적 스토리텔링의 경향을 연구하고자 한다.

2. 아바타의 의미와 역사

아바타란 가상사회(Virtual Community)에서 자신의 분신을 의미하는 시각적 이미지로 분신(分身)·化身(化身)의 의미가 있으며 사이버공간에서 사용자의 역할을 대신하는 애니메이션 캐릭터이다. 원래 아바타는 산스크리트 '아바타라(avataara)'에서 유래된 말이며 '내려오다'라는 뜻을 지닌 동사 '아바트르(ava-tr)'의 명사형으로, 신이 지상에 강림함 또는 지상에 강림한 신의 화신을 뜻한다.

인터넷시대가 열리면서 3차원이나 가상현실게임 또는 웹에서의 채팅 등에서 자기 자신을 나타내는 그래픽 아이콘을 가리키게 되었다. 아바타는 현실세계와 가상공간을 이어주며, 익명

과 실명의 중간 정도의 수준으로 과거의 네티즌들은 사이버공간의 익명성에 매료되었지만 이제는 자신을 표현하려는 욕구가 생기게 되었고 아바타는 이 두 가지 욕구를 모두 충족시켜 주고 있다.



아바타라는 말을 대중화시킨 계기는 닐 스티븐슨(Neal Stephenson)의 "스노우 크래쉬(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 소설상의 가상세계가 웹상에서 구현되기 시작했다. 그래픽 위주의 가상사회에서 자신을 대표하는 가상육체인 아바타

는 채팅이나 온라인게임, 사이버쇼핑몰, 가상교육, 가상오피스 등으로 확대되고 있으며 최근에는 온라인 채팅서비스, 아이콘 채팅, 3차원 그래픽채팅 등의 아바타를 이용한 채팅서비스가 도입되어 사용되고 있다.

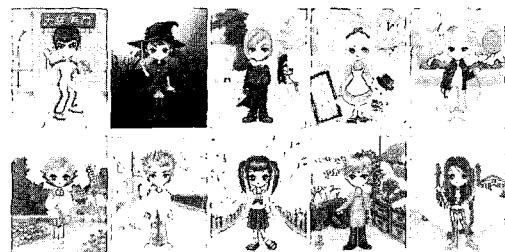
초기에는 주로 몇 가지의 캐릭터를 조합하거나 이미 완성된 아바타를 제공하지만 그래픽기술과 인터넷기술이 향상되면서 이미 만들어놓은 기성품을 이용하는 것이 아닌 사용자가 자신만의 개성 있는 아바타를 직접 만들 수 있게 되었다.

3. 아바타의 그래픽표현 유형 분석

3.1 그래픽표현 유형

아바타는 다양한 문화적 표현들을 함축하고 있는 개인의 혹은 사회적인 차원에서 문화표현의 캡슐이라 할 수 있다. 인간은 상징력을 가지고 있는 유일한 동물이다. 여기서 상징력이란 "외계(外界)의 사물과 사건들에 자유롭게, 또한 인위적으로 의미를 창작하고, 결정하며, 부여하는 능력이며, 또한 그러한 의미들을 이해할 수 있는 능력" 1)을 말한다. 즉 우리는 상징을 통해 능동적으로 외계의 사물과 관계하고 자신을 표현하고 타인의 상징을 받아들이며 서로 커뮤니케이션 하게 된다. 아바타는 사이버세계에서 개인의 상징으로 개인의 취향이나 문화적 코드의 특성에 따라 다양한 형태로 표현된다.

3.1.1 픽셀아바타

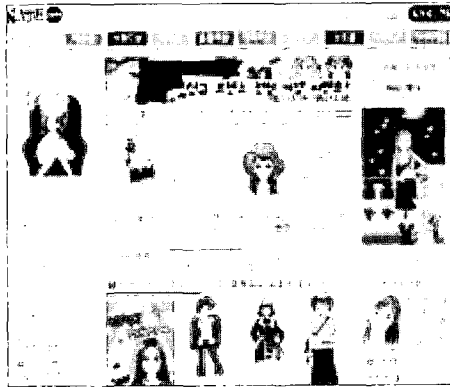


픽셀아바타

1) 오창섭, 「디자인과 키치」, 토마토, 1997,p55,재인용

GIF이미지에 애니메이션이 추가되면서 아바타는 좀더 생동감이 더해졌고 게임캐릭터에 응용되어 왔던 픽셀디자인 기술이 접목되면서 아바타는 좀더 감쪽하고 우아한 모습으로 변했다. 이렇게 gif, anigif 등 브라우저가 곧바로 보여줄 수 있는 이미지를 사용하는 아바타 계열을 픽셀아바타라고 하며 현재 세이클럽, 프리챌, 씨메이커, 캔디바, 하나포스 등 다수 커뮤니티 사이트에서 사용하고 있다.

3.1.2 플래시 아바타



플래시아바타

플래시아바타는 귀엽고 감쪽한 느낌이 강조됐다면, 플래시 아바타는 훔날리는 머리카락 등 부드럽고 사실적인 표현이 가능하고 움직임이 자연스러우며 생동감이 있고 다양한 애니메이션표현이 가능하여 멀티미디어적인 기능을 추가할 수 있어 활용범위가 넓다. 플래시 아바타의 사실성을 살려 의류 브랜드와 제휴하는 등 마케팅전략에도 적극 이용되고 있다. 현재 네이트, 야후 등에서 서비스하고 있다.

3.1.3 3D아바타



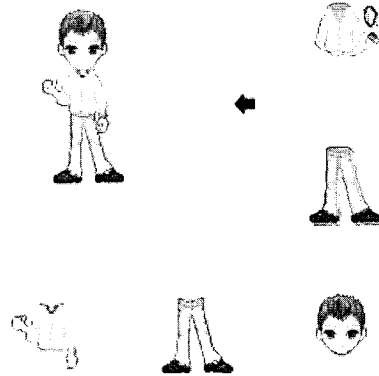
3D아바타

의 사이트에서는 계속되는 베타서비스를 통한 기술적인 인터페이스와 내용적 측면에서 다양한 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다.

3D 아바타는 제작 기간이 타 장르에 비해 더 걸리지만 일단 하나의 아바타를 완성하면 확대는 물론 360도 회전이 가능하기 때문에 좀더 다양한 상품화 가능성과 광고매체로 활용성을 앞으로 기대해 볼만하다.

3.2 아바타 그래픽표현유형 분석

아바타는 기본적으로 옷이나 장신구, 배경 등을 구입하거나 지원 아 자신을 꾸미게 되는데 드라마나 역사적 혹은 상상의 인물로 분장시키기도 하고, 개성대로 의상을 바꿔 입거나 헤어스타일, 메이크업에 이르기까지 자신의 모습을 바꿀 수 있는 표현 방법은 무한하게 제공된다. 여기에서 아바타는 사용자를 충족시키기 위해 매우 다양한 문화적·기술적 환경을 가지게 되는데, 옷이나 장신구뿐만 아니라 애완동물이나 곤충, 직업, 상황 등, 이벤트의 여러 요소들이 각각의 상황과 사용자의 의도에 따라 다양한 모습으로 표현된다.



아바타아이템구현방법

기본적인 아바타 아이템 구현방법을 살펴보면 상의와 하의를 선택하였을 경우 아바타의 설정창에서 각각의 레

이어로 적용이 된다. 즉 얼굴, 상의, 하의 순의 레이어 상태에서 투명배경에 상의와 하의가 적용되며 배경이나 특수효과, 장신구 등의 소품은 별도의 상위 혹은 하위 레이어에 적용된다. 혹은 패키지 상품으로 구성되어 있어 의상은 물론이거니와 장신구, 소품, 이벤트 요소가 있는 상황까지도 적용되어 있는 경우가 있는데 사용자의 의도와 부합된다면 손쉽게 자신의 모습을 표현할 수도 있다.

다음은 각 아바타서비스 사이트별로 제공되는 기본 아바타에 대해 살펴보도록 하겠다. 본 연구에서는 아바타 서비스를 제공하는 업체가 무수히 많으므로 본 연구자가 임의의 기준을 정해 선정하였다.

- ① 세이클럽 - 아바타서비스를 제일 먼저 시작
- ② 다음 - 이용하는 네티즌이 가장 많음
- ③ 네이트 - 플래시아바타 서비스 가장먼저 시작
- ④ 야후 - 아바타후발주자로 플래시아바타 서비스 제공
- ⑤ 프리챌 - 3D 아바타서비스제공

3.2.1 기본아바타

각 아바타서비스업체에서 제공하는 기본 아바타는 간단한 면티와 반바지의 속옷차림이다. 따라서 아바타는 사이버 상에서 활동하기 위해서는 어지간한 배짱이 아니고는 아이টে임을 구입해서 입고 활동을 하게 된다. 아바타의 여러 아이টে임은 패션, 장신구, 소품과 배경 등 다양한 의상스타일과 테마, 브랜드를 구비하고 있다. 아바타의 그래픽적인 특성상 여러상황으로 조합된 개인의 독특함을 표현하는데는 픽셀아바타를 기반으로 한 아바타 즉 세이클럽이나 다음에서 제공되고 있는 아바타가 효과적이다. 이는 서비스업체에서도 매우 다양한 이미지를 제

	남	여	아이템적용 후 모습
세이클럽			 [나의캐릭터]
다음			
네이트			
야후			
프리첼			

표 1 기본아바타아이템

공하고 있으며 픽셀아바타의 그래픽 특성상 환상적이고 아기자기한 상황이나 독특한 이미지표현에 용이하여 사실적인 표현보다는 환상적인 특수한 상황의 표현이 가능하기 때문이다. 이에 비해 플래시나 3D형태의 아바타들은 그래픽이미지표현의 사실성과 현실감 때문에 현실세계와 유관한 표현이 많아지게 되고 이는 기업들과의 전략적인 제휴로 의류업체 등의 광고매체로 이용되는 경우가 많으며 패션의 트렌드를 주도하기도 한다.

3.2.2 아바타 의상의 그래픽특징

아바타의 그래픽 표현은 주로 의상에 나타나며 현실세계에서 유행하는 트렌드를 위주로 하고 있다. 캐주얼이나 정장 등의 패션에서 이를 확인할 수 있다. 초기 픽셀아바타에서는 주로 감쪽하고 귀여운 표현에 주력하여 만화적이고 동화적인 표현이 주도적이었지만 최근에는 사실성의 표현이 많아지고 있는데 이는 의류브랜드와의 광고제휴를 위한 상품화 전략의 영향인 듯하다. 의류광고에 사용하려면 아바타도 아무래도 좀더 사실성에 바탕을 두고 스타일리쉬해져야 하기 때문이다. 또한 패션이나 문화전반에 고급스러운 명품신드롬이 아바타에도 적용되는데 이는 아바타에 반짝반짝하는 특수효과를 더해 명품의 고급스러운 분위기를 표현하고 있으며 최근 아바타표현의 전반적인 분위기를 주도하고 있다. 이는 사이버 공간상에서도 소비문화가 황금만능주의로 흘러가고 있는 현실을 여실히 보여주고 있는 것이다. 또한 아바타의 명품 신드롬은 현실세계

	세이클럽	다음	네이트	야후	프리첼
캐주얼					
정장					
럭셔리					
환타지					
브랜드 1		없음	 Thursday Island	 Thursday Island	없음
전통의상					
헤어스타일					
코스프레					

표 2 아바타의상의 그래픽표현

에서보다 손쉽게 명품으로 치장할 수 있기 때문에 누구나 명품신드롬의 분위기에 동참할 수 있게 되고 이는 현실세계에 적지 않은 영향을 줄 것으로 보인다. 현실세계의 문화가 사이버공간에서 시뮬레이션되고 이는 다시 현실세계로 돌아가 그 효과나 영향력이 증폭될 수 있는 것이다. 아바타의 매력은 현실세계의 모방에서도 그 재미를 찾을 수 있지만 또 다른 매력이라 한다면 현실에 존재하지 않는 환상적인 신화나 역사적인 사실의 재현에서도 찾을 수 있다. 아바타는 전통의상, 소품 등을 이용해 여러 나라와 시대, 환타지 등의 주제를 적극 활용하여 소비자들의 주목을 받게 하고 있으며 환상적인 아바타 표현은 별자리를 배경으로 쓴다거나 신화 속의 여신이나 역사적인 위인의 모습을 본 따는 등 때로는 자신을 환타지 속의 주인공으로 표현할 수 있다.

최근 주목하여 볼 수 있는 아바타서비스의 특징은 의류브랜드와의 전략적 제휴로 맺어진 브랜드광고이다. 현실세계처럼

사이버공간에서도 한 개인(아바타)은 그 자체가 소비의 대상, 혹은 주체로서 존재하게 되는데 아바타의 사실적 표현이 가능해짐에 따라 광고에도 아바타가 적극 이용되고 있는 것이다. 사회·문화의 여기저기서 요즘은 엽기 캐릭터와 문화가 보편화되고 있다. 아바타도 사이버 공간에서 보편적인 문화매체로서 엽기 캐릭터들이 다수 등장하고 있으며 이 역시 플래시아바타보다는 픽셀아바타에서 만화처럼 표현되어 다양한 모습들로 표현된 것들이 많다.

현실세계의 동호회를 중심으로 개인의 다면성 표출을 위한 이벤트 활동중심으로 활성화되고 있는 '코스프레' 문화 역시 사이버 상에서 빼놓을 수 없는 문화이다. 연예인 등 인기 있는 드라마나 가수들을 아바타로 만들어 내 친구로 두거나 그들과 똑같이 내 아바타에 옷을 입혀 드라마 속의 주인공이 되는 재미를 맛볼 수 있으며 대중문화의 흐름에 동참할 수 있다는 대리만족을 경험하게 된다.

3.2.3 아바타소품의 그래픽특징

장신구를 살펴보면 요즘 많이 사용되는 비즈장신구나 짐시장신구가 많이 눈에 띈다. 유명브랜드의 선글라스나 귀금속도 인기 있는 품목이며 점점 명품화 되는 추세이다. 생활소품을 살펴보면 옛 것에 대한 향수를 불러일으키는 과거에 많이 사용되었던 물건들(성냥, 귀마개, 팝콘기계 등)이 다수 비치되어 있으며 실생활에서 쓰이는 물건들도 많다. 가정에서 쓰이는 오디오이나 에어컨, 또는 취미생활에서 사용하거나, 직업으로 표현되는 바이올린, 양광관 등 자신의 개성이나 사이버상에서 내보이고 싶은 자신의 이미지에 걸 맞는 소품들이 다양하게 구비되어 있다.

애완동물을 키우는 사람들이 많아지면서 자연스럽게 사이버 상에서도 자신의 애완동물을 키우고 싶어하게 되었고 사이버 공간의 특징으로 인해 환상의 동물이나, 야생의 동물들이 테마나 귀여운 애완동물로 응용되어 현실세계에서는 불가능한 것을 가능하게 해준다.

소품들 중에는 인형도 있는데 인형은 현재 캐릭터시장에서 볼 수 있는 것들이 많고 여기서 나온 소품들이 캐릭터 시장에서 인형으로 사용되기도 한다. 사이버공간의 인기캐릭터를 현실 세계에서 베끼게 되는 경우이다.

이밖에 말 풍선을 이용해 유행어를 표시하거나 자신의 마음을 고백하는 내용을 전광판효과를 표현한 특수효과로 게시하는 등 아바타의 그래픽표현영역은 패션을 포함한 문화와 심리전

2) '복장' 을 뜻하는 '코스튬(costume)' 과 '놀이' 를 뜻하는 '플레이(play)' 의 합성어인 코스튬플레이의 줄임말이다. 청소년들이 좋아하는 대중스타나 만화주인공과 똑같이 분장하여 복장과 헤어스타일, 제스처까지 흉내내는 놀이이다. 만화와 게임캐릭터를 친구로 삼아 성장한 캐릭터세대의 대표적 문화이다. 이 놀이는 원래 영국에서 죽은 영웅들을 추모하며 그들의 모습대로 분장하는 예식에서 유래하였다. 그 뒤 미국에서는 슈퍼맨이나 베드맨과 같은 만화캐릭터들이 입은 의상을 입는 축제가 유행하였고, 이것이 일본으로 넘어오면서 만화나 영화, 컴퓨터게임 주인공들의 흉내내기로 확대되고 대중화되었다. 한국에서는 1995년부터 시작되어 만화, 영화, 연예인, 컴퓨터게임 캐릭터 등으로 확대되어 또하나의 청소년 문화로 자리잡았다. 특히 코스튬플레이 사이버동호회의 활성화로 10대들 사이에 각광받는 신종 마니아 문화 중의 하나가 되었다.











	세이클럽	다음	네이트	야후	프리챌
장신구					
잡화					
애완동물					
생활소품					
말풍선					없음

표 3 아바타소품

달 등의 여러 방면에서 무한한 가능성이 있으며 이는 현실세계와의 상호작용에 의해서 그 영역이 확대될 수 있을 것이다.

3.2.4 아바타 배경의 그래픽 특징

다양한 문화를 포괄적으로 함축하고 있는 아바타 배경의 그래픽 특징을 분석해 사이버 공간상의 문화적인 특징을 살펴보면

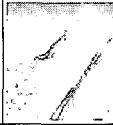







	여행	생활	인테리어	환타지
세이클럽				
다음				

표 4 세이클럽,다음의 아바타배경

다음커뮤니케이션과 세이클럽의 아바타 배경의 특징은 픽셀방식의 아바타의 특징이 100% 발휘되어 화려하고 다양한 색채와 anigif 이미지의 동적이고 귀여운 움직임이 매력적이다. 아바타 서비스 초창기의 이미지보다 현재의 것이 훨씬 더 다양한 색채와 모션이 보이며 내용 면에서도 환상적이고 신비한 것 이국적이고 마법적인 것, 패턴의 반복적인 움직임과 이벤트 발생, 목가적이고 자연적인 것, 현실세계 투영, 연예인 이미지 반영 등 표현영역이 다양하며 더욱 화려해지며 구체화되어진 이야기 '꺼리'가 있는 아바타 배경이 늘어나고 있다.

만화나 동화 속의 주인공이 된 듯한 느낌을 받으며 배경이미지는 아바타를 선택한 사람을 감정적으로 행복하게 해주고 생활의 각박함을 벗어나 여유와 풍요로움을 느낄 수 있게 해준

다. 세이클립아바타의 배경은 여행, 생활, 인테리어, 환타지로 분류되어 있으며, 픽셀아바타 기반으로 제작되어 매우 화려하고 장식적이며 아기자기하다. 사실적인 묘사보다는 꿈에서 본 듯한 환상적인 분위기를 표현한다.

세이클립의 아바타배경은 아바타서비스의 선두주자답게 다양하며 분류가 잘 되어있어 배경 선택 시 인터페이스가 용이하게 되어있고 색상표현이 매우 다채롭다. 배경은 각 테마별로 구분이 되어있어 구매의도에 맞는 배경을 선택할 수 있다. 네티즌의 심리와 생활상에 따라 현실에서 벗어나고 싶거나 더 아름답게 꾸미고 싶다는 소망을 배경에 적용해 여행이나 계절의 변화 등 현실세계에서 직접 하지 못하는 것을 대신함으로써 대리 만족을 경험할 수 있다. 현대인은 도시에 대한 막연한 환상 같은 것이 있는데 아바타 배경에서 도시는 매우 아름답고 매력적이며 환상적으로 표현되어 있어 현대인이 도시에 대해 가지고 있는 환상을 단편적으로 보여주고 있다. 주 5일제 근무에 힘입어 레저문화를 즐기는 사람이 많아지게 되자 아바타도 레저생활을 즐기게 된다. 계절의 변화에 발 맞추어 아바타는 들로 산으로 혹은 바다와 해로 여행을 간다. 현실 세계보다 더 많은 여유를 가지고 아바타는 모든 것을 체험하며 살아가게 되는 것이다. 아바타는 배경이미지를 통해 만화나 동화적인 분위기의 배경에서 느낄 수 있는 유아적인 환상에 젖을 수도 있으며 엽기적인 상황의 배경은 코믹하고 유머러스한 현대의 인간관계의 일면을 보여주기도 한다.

	풍경	실내	계절이벤트	특수효과
야후				
네이트				

표 5 야후, 네이트의 아바타 배경



배경적용-네이트

배경적용-야후

네이트와 야후의 배경은 플래시기반으로 제작되어 있어 사실적인 묘사 위주로 되어있으며 주로 차분하고 플래시애니메이션의 모션이 적용되지만 픽셀아바타처럼 화려하거나 아기자기하지 않고 정적인 느낌의 배경이 많다.

특별한 분류 없이 나열되어 있으며 배경에 이벤트 요소가 그리 많이 적용되어 있지는 않으며 종류가 다양하지 않다. 배경은 레이어 별로 2~4개 정도를 겹쳐 사용할 수 있으며 일반배경과 특수효과배경일 경우 중복사용이 가능하다. 이 역시 도구나 휴양지 아니면 생활주변의 일상적인 장소나 집안을 소재로 한 것이 많다.

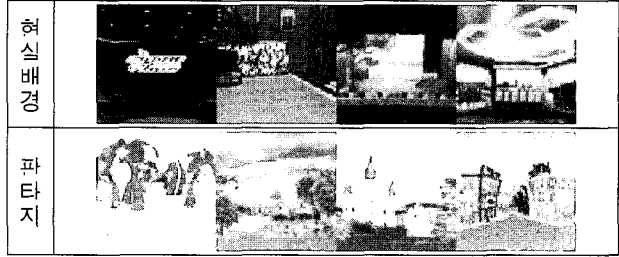
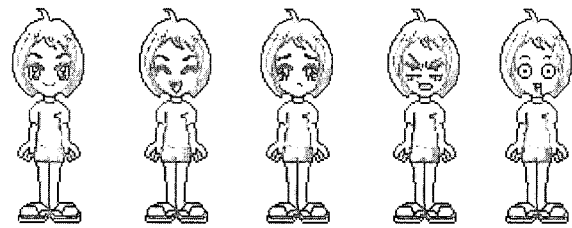


표 6 프리챌의 3D아바타배경

프리챌의 3D아바타배경은 현실과 판타지로 분류되어 있다. 아직 배경아이템이 많지는 않지만 앞으로 다양해질 것으로 보인다. 특수효과나 사실감 면에서 뛰어나며 360도 회전해서 배경을 사용할 수 있으며 색상이나 형태도 표현방법이 무한하여 다양한 응용이 가능할 것이다.

3.3아바타 그래픽의 발전 전망

기술적인 발전으로 웃고 우는 등 감정표현을 할 수 있는 인공지능형 아바타의 활동이 가능하게 된다. 기존의 아바타와 달리 TTS(Text to Speech)와 FET(Face Expression Technology) 기술을 이용함에 따라 글자가 자동으로 목소리로 변환되고, 문맥상 의미에 따라 아바타가 입을 움직이면서 얼굴을 찡그리거나 웃는 등 다양한 감정을 표현할 수 있게 되고 인공지능형 아바타에는 새로운 상황에 대한 학습능력과 새로운 지식 DB를 갖출 수 있는 인공지능형 엔진이 부착되어 보다 실제적인 모습의 아바타가 가능하게 된다.



다양한 표정을 짓는 아바타

현재는 인공지능형은 아니지만 움직이는 것은 물론 울기, 웃기 등 다양한 감정표현을 할 수 있다.

4. 아바타에 나타난 대중문화적 스토리텔링

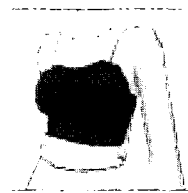
오늘날 사람들의 생활에 자연보다 문화가 더욱 많은 영향을 미치고 있다. 위에서 살펴본것처럼 온라인과 오프라인을 넘나들며 활용되고 있는 아바타는 인터넷이 전반적으로 보급된 사회에서 문화를 반영해 주는 중요한 매체이다. 아바타는 유목민적 성향이 강한 네티즌들에게 소속감을 부여해 주고 아바타

를 이용해 이메일, 채팅은 물론이고 각각의 사이트에서 제공하는 사이버 이벤트에 참여하여 개인의 패션감각을 뽐낼 수도 있으며 온라인 미팅에 나가거나 인터넷 가상도시에 들어가 집을 사고 쇼핑을 할 수도 있으며 대화방, 동호회 등 각종 커뮤니티 공간에서 자신을 대신하는 분신으로 활용할 수 있다. 아바타의 그래픽표현양식은 현실의 대중문화의 트렌드를 읽을 수 있는 스타의 모습을 본 딴 스타 아바타, 명품선호 경향을 나타내는 명품스타일의 아바타, 과거의 역사나 드라마 등을 소재로 한 아바타, 혐오스럽거나 유머러스하게 표현된 엽기적인 스타일의 아바타 등이 있다.

아바타의 그래픽특성을 살펴봄으로써 시간과 공간의 개념이 확장된 가상공간 속의 문화를 살펴 볼 수 있는데 이것은 사이버공간상에서 형성되고 있는 문화적인 아바타가 아바타 그래픽을 통해 드러나는 것이다.

4.1 아바타의상에 나타난 트렌드

패션의 경우, 현실세계에서 유행하는 패션이 가상공간의 아바타에게도 적용되고 있다. 현실세계에서 대중적으로 유행하거나 패션트렌드를 반영하여 가상공간과 현실세계의 구분을 모호하게 하며 개인의 패션취향을 읽을 수 있다. 여성아바타는 여성성이 실제이상으로 과잉반영되며 남성아바타 또한 그렇다. 이 점은 오히려 사이버상의 성 정체성이 생산적인 측면보다는 시각적이고 섹스어필한 소비적인 측면에 맞추어져 성조차도 상품화하려는 자본주의 문화의 성향을 반영하며 왜곡되어진 성 정체성의 나타낸다고 할 수 있다.



색시한 여성아바타 의상
다는 시각적이고 섹스어필한 소비적인 측면에 맞추어져 성조차도 상품화하려는 자본주의 문화의 성향을 반영하며 왜곡되어진 성 정체성의 나타낸다고 할 수 있다.

프리첼의 카라멜과 메리루렌트 브랜드 또한 아바타의상의 트렌드는 일반적으로 오프라인 패션을 베끼던 것이 오프라인과 영향력을 주고받는 단계로까지 발전하여 프리첼은 아예 트렌드분석 전문회사와 함께 아바타 패션브랜드인 '메리루렌트'와 '카라멜'을 내놓고,3) 온라인에서 반응이 좋았던 의상을 오프라인에서도 상품화하겠다는 전략을 세우고 있다.

프리첼의 2D아바타는 픽셀아바타이지만 이러한 패션리더의

3) <http://uniavatar.com/>

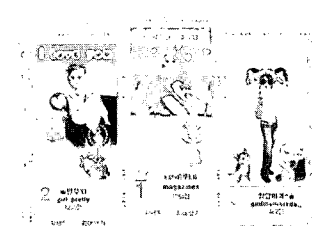
역할이 가능했던 것은 '다음'이나 '세이클럽'처럼 귀엽고 아기자기한 아바타 캐릭터가 아닌 좀더 실제에 가까운 아바타캐릭터를 제공했기 때문이다. 이러한 형태의 아바타캐릭터는 바로 의류브랜드시장으로 연결될 수 있었고 픽셀아바타 서비스업체 중에서는 의류브랜드와의 제휴가 가장 활발히 이루어지고 있다. 이를 바탕으로 다른 사이트에서 제공하는 픽셀아바타의 그래픽 표현도 점점 사실적으로 표현되고 있으며 여기에 동화적이고 환상적인 표현은 배경이나 특수효과 등의 상황표사로 그 기능이 옮겨져 가고 있으며 이러한 현상은 더 다양하고 참신한 아이디어를 요구하고 있고 대중적이고 예술적인 문화생활을 아바타에 적용하려는 노력을 요구하고 있다.



명품브랜드를 입은 아바타

가상공간에서도 명품족들도 하나 둘씩 늘고 있다. 아바타와 자기 자신을 동일시하면서 사이버 공간의 자신을 위해서도 값비싼 명품아이템을 서슴없이 사고 있다. 아바타를 비싸게 꾸미는 것 역시 사이버상의 나를 가꾸는 일로, 혹은 자신을 과시할 수 있는 방편으로 여기지기 때문에 현실에 존재하지 않는 아바타이지만 나를 대신하는 존재이기 때문에 네티즌들은 아바타 꾸미기에도 돈을 아끼지 않고 명품브랜드를 구매하게 된다. 명품의 아바타 의상은 가격이 일반아이템에 비해 고가이지만 네티즌들은 기꺼이 이를 구매하며 이는 현실세계의 성향을 그대로 드러낼 수도 있으며 아니면 현실세계에서는 부담이 큰 소비형태이기 때문에 대리만족을 위한 구매일수도 있다. 하지만 자칫 소비문화일색의 아바타로 전락하지는 않을지 문화과 지나친 고급 문화일색으로 흘러 왜곡된 소비성향을 만들지는 않을 지 고민해 볼 문제다.

4.2 아바타 콘테스트를 통해본 외모지상주의 문화



온라인 상에서 얼짱 신드롬이 아바타에도 이어지고 있다. 팝플(www.popple.co.kr)은 회원들을 위해 팝플 아바타를 대상으로 얼짱 이벤트를 개최한다.4) 이런 이벤트를 통해 네티즌은 자신

의 아바타를 알리고 동시에 자신이 타인에게 알려지는 것과 같은 만족감을 느끼게 된다. 온라인 상의 얼짱이 오프라인에서 스타가 되듯이 아바타얼짱 스타가 등장하게 되어 인기스타처럼 활동하게 될지도 모를 일이다.

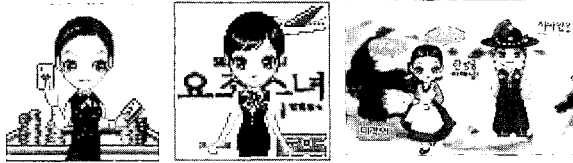


아바타 사회에서 보편적인 문화현상인 '아바타 콘테스트'등

4) 김성진 기자 game@hot.co.kr ©굿데이 12/11

아바타 외모 뽑내기의 각 사이트마다 유사이벤트는 이것이 단순히 소비문화의 단편적인 모습으로서의 아바타에 그 역할이 그치는 것이 아니라 더 다양하고 공동체적인 커뮤니티 활동 등을 통해 건전한 사이버 대중문화를 이끌 수 있는 위치까지 이를 수 있도록 다각적인 노력을 하여야 할 것이다.

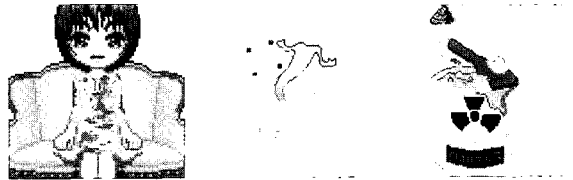
4.3 아바타를 통해 본 코스프레 문화



드라마 '올인' 드라마 '요조숙녀' 드라마 '대장금'

아바타는 단방향적으로 보기만 하던 드라마를 이제는 시청자가 자신이 직접 드라마의 주인공이 되어 인터넷 상에 마련된 스튜디오를 방문하여 체험해 볼 수 있도록 해준다. 사이트에 따라서는 '코스프레'라는 코너를 만들어 놓고 네티즌들로 하여금 자신이 원하는 스타나 드라마, 영화의 주인공으로 변신할 수 있도록 서비스를 제공하고 있으며, 방송사들은 드라마에 등장한 주인공들의 캐릭터를 아바타로 만들어 내놓기도 한다. 코스프레는 오프라인 상의 이벤트행사이지만 온라인 상에서도 행해지고 있는 것이다.

이야기나 전설, 신화 등 과거의 어떤 사건이나 드라마에서 본 주인공들이나 주변인물을 대상으로 하는 아바타는 환상적인 분위기와 독특함을 보여 주며 단순히 패션스타일을 보여주는 데 그치지 않고 개인이 속한 집단이나 커뮤니티, 개인의 문화적 취향을 알 수 있게 해준다.



장화홍련 엽기아바타1 엽기아바타2

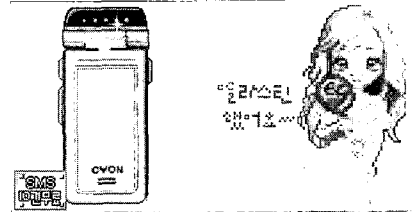
엽기문화를 반영하는 엽기아바타는 유머 혹은 공포스러운 분위기를 자아낸다. 주로 공포영화나 이야기 혹은 지저분한 분위기, 유머러스한 개그맨을 패러디한 아바타 등이 있다. 가상 공간에서 자신의 이미지를 강하게 부각시킬 수 있지만 진지함보다는 가볍고 유치한 성향을 보인다. 엽기문화가 유행하는 원인 중 하나는 문화산업이다. 현대사회에서 문화는 소수의 엘리트 집단이나 특정 공동체의 자산이 아니라 대중적 소비를 목적으로 생산되는 상품이다. 문화 생산과 소비는 어떤 특권적 집단의 통제에서 벗어나 상품 생산과 소비의 일반 원리에 따라 이루어지고 있다. 이처럼 문화가 상품으로 존재하는 상태는 기괴한 것에 대한 열광처럼 도덕적인 이유에서 금지되거나 억압된 관심이 자유롭게 표출될 여지를 만들어 주며 아바타는 이를 표현하기에 무엇보다도 쉬운 매체이다.

문화는 이제 개인의 자아 함양이라는 교육적 과정에 국한되지 않는, 넓은 의미에서 삶의 향락을 위한 활동이다. 이러한 문화 생활의 변화 속에서 형성된 오락을 지향하는 소비대중 덕택에 기괴한 이미지와 이야기가 번성할 수 있는 것이다.⁵⁾

4.4 아바타에 나타난 광고

아바타 열풍은 단지 아바타의 아이템을 파는 것에 국한되지 않고, 다양한 형태로 수익원을 만들어 가고 있다.

인터넷업체들은 아바타를 광고매체로 활용하여 브랜드마케팅 기법으로 아바타를 사용하고 있다. 각 인터넷업체들이 아바타를 제공하는 업체들과 제휴를 맺어서 특정한 아바타 아이템을 회원가입을 명목으로 내놓거나 PPL(간접광고)방식의 광고를 적용하여 아바타들이 입고 있는 상표를 클릭하면 바로 구매가 가능한 사이트로 연결되는 방식을 사용하기도 한다.



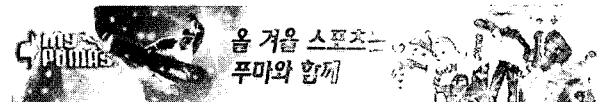
LG사이언 아바타 LG 생활건강의 엘라스틴

인터넷업체	광고의뢰업체	광고의 형태
프리챌	위즈워드	아바타아이템제공
세이클럽	한국P&G	프링글스 구입고객에게 1000원 상품권제공
다음	한국코카콜라	아바타'체리짱'이용한 판촉
	LG 생활건강	엘라스틴 아바타아이템제공과 이벤트진행
	LG 사이언	아바타 아이템과 무료문자메세지 10건 제공

표 7 아바타를 이용한 브랜드 마케팅

포털사이트인 다음커뮤니케이션은 한국코카콜라와 모든 '체리코크'의 마케팅을 온라인상에서만 진행하고 '체리짱'이라는 캐릭터를 만들어 아바타, 플래시 애니메이션 등 기존 광고와 차별화된 마케팅을 벌여나가고 있다.⁶⁾

LG생활건강은 샴푸 브랜드 '엘라스틴'의 인지도를 높이기 위해 인터넷 포털사이트 다음커뮤니케이션과 함께 아바타 이벤트를 펼치고 한국P&G도 인터넷 채팅 사이트 세이클럽(www.sayclub.com)의 아바타가 새겨진 감자칩 '프링글스'를 구입하는 고객에게 세이클럽에서 아바타 관련 제품을 살 수 있는 1000원 상품권을 주는 등 아바타를 다양한 방법으로 이용해 광고에 적용하고 있다. 아바타를 주로 사용하는 연령층과 제품 주 고객 층이 10~20대로 일치하기 때문에 브랜드 인지도와 친밀도를 높일 수 있는 이벤트가 활발하게 진행중이며 광고효과도 뛰어나 차세대 광고매체로 아바타가 떠오르고 있다.



msn사이트의 아바타 브랜드광고

5) <http://www.advertising.co.kr/uw-data/dispatcher/lt/fulltext/Serial/SK000259/01.html>
 6) 디지털신문
 7) Copyright 파이낸셜뉴스 | 이타임즈넷 신디케이트2003-12-01

패션업체들이 오프라인상의 출시를 앞두고 있는 의류상품을 먼저 온라인 아바타 아이템으로 선보여 시장 반응을 미리 테스트해보고 반응이 좋은 상품을 오프라인에서 제품화 시키는 경우가 있으며 아바타서비스를 운영하는 인터넷사이트에 패션업체의 상품을 아바타용 아이템으로 판매하는 코너가 늘고 있다. 네이트닷컴의 아바타 브랜드숍에는 후부(FUBU), 마루, 아디다스, 노튼 등의 유명 브랜드가 입점해 있으며, 실제 의류의 패턴과 삼입 문양·로고, 색상을 그대로 구현하여 판매하고 있으며 다음커뮤니케이션이나 세이클럽 등에서도 노튼, 나이키, 휠라 등 유명 패션업체들의 의류상품을 아바타용 아이템으로 제공한다.

향후 의류뿐 아니라, 식품, 가전, 생필품까지 보다 다양한 분야에서 아바타를 활용한 마케팅을 진행될 것으로 보인다.⁸⁾

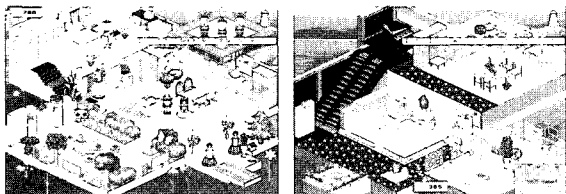
4.5 아바타를 통해 나타나는 공동체 문화



월드컵관련 아바타

2002월드컵 때 대한민국을 강타하면서 R세대⁹⁾라는 신조어까지 만들어낸 붉은 티셔츠 패션은 오프라인에서 그치지 않고 온라인에까지 그대로 적용되어 당시 태극전사들의 얼굴을 본 따거나 국가 대표팀 유니폼·붉은악마 티셔츠·축구화·축구공·엘로카드 등 월드컵 관련 용품의 아바타 장식물, 대표팀 응원용 깃발, 아바타 배경에 '대~한민국 짹짹짹'이라는 문구가 뜨는 응원용 전광판 등 월드컵 관련 아바타 아이템이 월드컵 기간 중에 인기를 끌었다. 이는 온·오프라인이 각각 독립적으로 존재하고 활동하는 것이 아니라 이제는 상호텍스트적인 관계를 유지하면서 문화를 이끌고 주도하는 현상을 보여 주었다. 이는 서로가 상승작용을 일으켜 사회적 분위기를 고조시키며 이는 바로 소비에까지 그 영향력을 미쳐 월드컵기간 중 'red deviles'라는 문구가 적혀진 티셔츠를 입지 않은 사람은 온·오프라인을 통해 거의 없었을 것이다. 네티즌은 자신과 아바타를 통해 대리 만족을 느끼기도 하고 동일시하여 자신의 감정상태와 행동도 함께 하기를 바라기 때문이다.

4.6 아바타의 현실세계



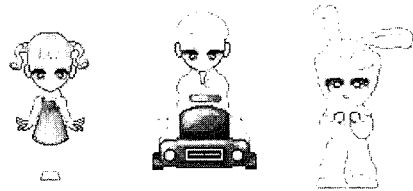
<http://www.papple.co.kr>의 침실

<http://www.papple.co.kr>의 선실

8) 머니투데이 2003년 2월 10일

9) (Red Generation을 지칭하는 R세대는 '레드 콤플렉스'와 '모래알 개인주의'를 타파한 진취적이고, 적극적인 성향의 젊은 세대를 칭한다)

아바타는 그래픽적인 형태뿐만 아니라 가상공간 내에서의 존재 방식까지도 현실 세계와 유사하게 되어가고 있다. 동거문화가 사회적 이슈가 되고 있는 분위기를 반영이라도 하듯 방송의 드라마에서 드라마 소재로 등장하는가 하면 가상공간에서도 사이버 동거(同居)가 유행하고 있다. 아바타를 이용한 '내 방 꾸미기' 서비스 등 아바타로 머물지 않고 아이템으로 꾸미는 커뮤니티의 서비스가 제공되면서 아바타를 이용해 나이트 클럽, 스카이라운지 등 유람선의 각종 시설들을 이용할 수 있음은 물론 자신만의 선실을 꾸밀 수 있다. 기술 발전에 따라 아바타의 행동이 현실을 그대로 재현하는 것이 가능해짐에 따라 현실 공간의 라이프 스타일이 가상공간 상에서도 똑같이 나타나고 있는 것이다.¹⁰⁾ 또한 가상공간 상의 결혼을 주목적으로 하는 사이트 오즈에서는 가상공간에서 결혼하고 생활하는 커뮤니티가 있으며 법적 효력은 없지만 가상공간 내에서 일정한 규범을 가지고 결혼 생활을 유지하게 한다. 이곳에서도 역시 각종 아이템을 구매하여 사용자는 아바타의 배경이나 방을 자신의 취향에 맞게 꾸며서 과시하거나 자신의 취향에 대한 정보를 상대방에게 제공하게 된다.



프리첼의 베이비 아바타

애완동물을 키우는 사람들도 많아지면서 자연스럽게 온라인 상의 아바타를 구매하는 것으로 현실세계의 취미를 연장하고 있다. 강아지나 고양이를 비롯하여 화분이나 새 아니면 핑소에 잘 키울 수 없는 야생동물까지 종류가 많다. 의인화된 캐릭터를 이용하여 캐릭터가 애완동물로 나온 경우도 있으며, 프리첼은 아기 아바타를 등장시켜 키우고 돌보게 하여 수익을 배가하는 등 네티즌에게 정서적인 안정감과 수익을 배가라는 두 마리 토끼를 잡고 있다.

캐릭터 핸드폰 다운로드



얼른이애잔감

올래기은경미

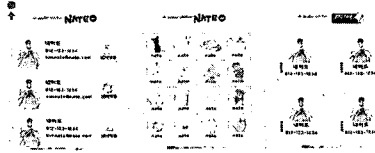
x한국16강x

세상미실영

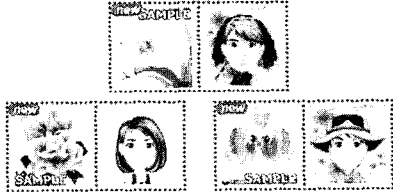
핸드폰 배경 그림용 아바타

또한 아바타는 이제 가상공간 상에서만 머무는 것이 아니라 오프라인에까지 연결되어 사용되며 유선을 떠나 무선 상에서도 활동을 하게 된다. 명함이나 스티커에 자신의 아바타를 새겨 넣거나 자신의 아바타를 다운받아 휴대전화에 띄우고 우표로 만들 수도 있다. 현재 휴대폰이 2G에서 3G로 진화함에 따라 인터넷아바타는 무선인터넷을 통해서 개인용 휴대폰의 배경화면 등에 다운로드받아 아바타를 저장할 수 있게 되었다. PC상의 아바타를 휴대폰으로 언제 어디서든지 자신만의 아

10) 머니투데이 경제신문 . (머니투데이 2002



아바타스티커



아바타 우표

송을 받을 수 있도록 서비스를 제공 중이다. 인터넷상에서의 아바타의 한계를 벗어나 아바타의 주된 사용연령대인 10~20대들을 중심으로 아바타를 스티커로 제작하거나 혹은 아바타를 통한 캐릭터사업을 추진하여 실체가 없는 온라인상의 아바타가 오프라인으로 나아가 새로운 형태의 상품으로 제공되는 경우라고 볼 수 있다.

4.7 키치와 아바타

4.7.1 키치의 개념정리

키치라는 용어는 독일어의 “진흙을 문대며 논다”는 의미의 kitchen에서 유래했다는 설과, “값싸게 만들다”는 메클렌부르크의 방언 verkitschen에서 유래했다는 의견, 그리고 “견방지고 우쭐대는 것”을 의미하는 러시아어의 keetcheetsya에서 유래했다는 등의 여러 가지 견해가 있다. 어떤 설이 정확하건, 키치가 저속하고 경박한 의미로 사용되고 있다. 키치를 한마디로 표현하자면, 저속하고, 통속적이고, 나쁜 취향의 시시한 사물과 이미지라고 할 수 있을 것이다.¹¹⁾

키치를 이해하기 위해 아우라(aura)의 개념을 먼저 살펴보면 아우라란 “진품(眞品)에서 풍겨나는 독특한 느낌이나 분위기”를 말하는데,¹²⁾ 키치(Kitsch)란 이러한 진정한 아우라의 효과만을 모방한 잡동사니 싸구려를 지칭하는 것이다. 키치의 예로, 우리가 흔히 “이발소그림”이라고 부르는 천박한 취향의 예술품에서부터 여성의 나체를 모방한 플라스틱 술잔에 이르기까지 주위에서 흔하게 찾아볼 수 있다.¹³⁾ 움베르트 에코는 키치란 “너무 빈번하게 사용되어 진부하게 보이는 것, 그렇기 때문에 대중에게도 다가가는 것, 수많은 삶이 사용할수록 신속하고 강력하게 소모되는 것”이라고 설명한 바 있는데, 이러

11) 김민수, 1997: 177

12) 예컨대, 우리가 루브르 박물관의 진품 “모나리자” 앞에 서있다고 생각해보자. 그동안 많은 책과 달력에서 그리고 모조화로 모나리자를 보아 왔지만, 실제로 진품을 감상하게 되면 그동안 느끼지 못했던 독특한 감흥과 분위기를 느끼게 될 것이다. 이러한 것을 아우라라고 할 수 있다. 비슷한 사례로서 CD로만 들던 가수의 공연장에서 느끼는 가벼운 흥분, 그런 것을 아우라의 일례로 들 수 있을 것이다. 우리가 베토벤의 교향곡을 늘 세계 최고수준의 연주가 담긴 CD로 들으면서도 어느 시립교향악단의 연주를 듣기 위해 연주회장을 찾는 것은 “곡을 듣는다”기 보다는 “아우라를 느끼기” 위함이 아닐까.

13) www.kmec.net

바타를 꾸미고 활용할 수 있게 발전하고 있다.

우정사업본부는 최근 인터넷에서 유행하고 있는 사이버 캐릭터인 ‘아바타’를 우표로 제작해주는 ‘아바타 우표’를 세계 최초로 발행하여 자신의 아바타를 만들어 아바타우표를 주문하면 배

한 대중성은 대체로 모방이나 위조, 자기기만에 의하여 획득된다.¹⁴⁾

4.7.2 아바타의 키치적 특성

사물은 용도적이거나 심미적인 기능뿐만이 아니라 문화적인 상징기능들을 사회 내에서 수행하고 있다. 사물이 상징적 기능을 행한다는 사실은 그 자체가 사회 내에서 공유되는 상징적 코드의 존재를 암시하는 것이다.

아바타의 특성을 키치적이라고 할 수 있는데 이는 키치의 특성이 “하나의 예술양식이라기 보다는 소비사회 특유의 미학 또는 미적 태도”로 인식되(이주현, 1998: 108)기 때문이다. 아바타는 물질적인 기능보다는 장식적인 면이 강하기 때문에 키치적 감수성이 가장 잘 반영되는 매체라고 할 수 있다. 아브라함 몰르 Abraham Moles의 견해를 빌리면 키치는 의미의 윤곽이 명확하게 나타나는 ‘외연적인’ 현상이라기 보다는 한층 본능적인 심층에까지 도달하는 ‘내포적인’ 현상이다. 키치란 먼저 인간이 사물과 맺는 관계의 한 유형으로 하나의 구체적인 사물에 대한 관계나 양식으로 키치를 이해하기보다는, 인간 존재 방식의 한 유형으로 키치를 이해하는 것이 키치에 대한 더 올바른 이해라고 할 수 있¹⁵⁾고 아바타의 가상공간 상에서의 존재방식도 이와 유사하다고 할 수 있다. 인간은 잠시도 사물과의 관계를 떠나서는 존재할 수 없는 존재이기 때문에 현실공간 뿐만 아니라 가상공간에서도 아바타라는 사물을 통해 자신의 존재를 알리고 타인과의 상호관계 속에서 자신의 존재가치를 더욱 확실히 하려고 하게 된다. 아바타가 지닌 은신과 과시의 이중성은 키치적인 특성을 효과적으로 드러내고 있다. 키치적 산물에서 볼 수 있는 유치함은 중층적 결합의 결과로 중층성은 키치의 형식상의 특성일 뿐만 아니라 내용상의 특징으로.¹⁷⁾ 아바타는 사회적 삶과의 관계에서 키치적인 형태를 취하고 있으며 사이버상에서 대상과 관계하는 인간심리의 심층적인 부분으로까지 그 특징을 확대하여 볼 수 있다. 또한 키치는 명사적 의미뿐만 아니라 행위 속에서 그 모습을 드러내는 의미를 가지고 있어 아바타의 그래픽 표현 양태에 따라 사이버 상에서의 개인의 행동유형도 달라질 수 있다는 것을 가늠해 볼 수 있다. 개인은 현실세계는 물론, 사이버세계에서도 자신의 위치를 드러내고자 하는 욕망을 표현하는데 아바타를 통해서 결핍된 정서를 채워줌으로써 이러한 욕망을 일정부분 해소 할 수 있게 된다.

사이버 상에서 개인은 아바타의 다양한 문화적인 표현 형태를 조합해 사용할 뿐만 아니라 그들의 행동표현 즉 사이버상의 태도까지도 사용함으로써 문화적으로 상호작용 할 수 있게 되어 새로운 커뮤니티 형성과 동일한 아비투스를 구별지을 수 있게 되었다.

5. 가상공간에서의 아바타의 정체성

5.1 복수자아multi-identity로서의 아바타의 정체성

14) art.centerworld.net

15) 오창섭, 「디자인과 키치」, 토마토, 1997 pp100-101

16) 오창섭, 「디자인과 키치」, 토마토, 1997 pp125-125

17) 오창섭, 「디자인과 키치」, 토마토, 1997 p129

인간은 둘 이상의 자아를 갖고 있다. 또한 이런 자아가 서로 결합하여 복합적 자아를 이루기 때문에 더 많은 자아를 가질 수도 있다.¹⁸⁾ 현실세계에서는 일반적으로 하나의 자아만을 가지며 복수의 자아를 가지는 것은 비정상적인 경우로 취급하기 때문에 실제생활에서는 이러한 복수적인 자아를 모두 드러내며 살아가 수 없다. 이와는 달리 가상 사회에서는 복수의 자아를 가질 수 있으며 복수의 자아를 가지는 것이 일반적인 것으로 간주된다. 가상 사회에서의 체험은 조작되거나 수동적이거나 단명하는 차원이 아니다. 자신이 삶을 선택하여 체험을 시작하고, 그 사회를 떠나지 않는 한 다른 사람들과 지속적인 인터랙션(interaction)을 하므로 조작되지 않는 자율적인 체험을 계속 할 수 있다.

커뮤니케이션 이론 가운데 '선별적 노출' 이론이나 '인지조화' 이론 등은 아바타를 이용해 자신이 드러내고 싶은 자아만을 드러냄으로써 선택적으로 자아개념을 강화할 수 있고 우리의 행동이나 타인의 행동을 선별적으로 해석하여 개인이 활동하거나 잠시 머무는 공간에서 자신의 정체성을 확실히 할 수 있다. 인지조화 이론에서는 우리가 심리적 부조화로 인해 격게 되는 심리적 불편을 감소시키거나 제거하기위해서, 즉 심리적 조화상태로 되돌아가기 위해서 우리의 태도에 변화가 일어난다는 것을 강조하는데¹⁹⁾ 아바타의 사용으로 이를 체험할 수 있게 된다.

우리는 대인적 상호작용에서 타인에게 우리 자신에 관한 정보를 의도적으로나 비의도적으로 제공하게 되어 있다.²⁰⁾

자아노출은 우리가 상대방을, 그리고 상대방이 우리를 알게 되는 필수 조건이다. 서로를 더 잘 알 수 있도록 커뮤니케이션도 효과적으로 할 수 있다. 또한 자아노출은 일단 노출을 하면 이를 부정하거나 취소할 수 없다. 즉 자아노출 이전 상태로 되돌이킬 수 없다.²¹⁾ 그러나 가상공간에서는 목적에 따라 자신의 정체를 숨길 수 있는 ID나 아바타를 사용하므로 신분을 노출하지 않고 자신의 성(性)을 바꾸거나 자신이 원하는 특정한 유형의 사람처럼 행동할 수도 있다.

아바타는 가상 사회에서 자신의 분신을 의미하는 시각적 이미지로 사이버 공간에서 사용되는 페르소나(persona)²²⁾이다.

중세 시대에 가면무도회장이 인터넷 공간이 되는 것이고, 가면이 바로 아바타가 되는 것이다. 결국 인간의 내면 욕구 분출의 욕망은 중세 가면무도회에서 현재 아바타까지 변화하고 있다.

시뮬라시옹처럼 실재를 대체하는 복제물이 더 실재처럼 느껴지는 포스트모던 사회에서 주체는, 예를 들어 포스터²³⁾ 등의 이론가들에 따르면 이미지와 스타일로 자신을 표현하고 정체성을 구성한다. 이미지 과잉의 사회는 개인으로 하여금 다양하게 제시된 정체성을 선택하도록 한다. 보드리야르는 현대의 이미지 재현은 본래의 본질적 자아를 보여주기보다는 시뮬라

크를 생산해내는 시뮬라시옹의 대표적인 현상이라고 설명함으로써 새로운 이미지의 다양한 등장에 대해 본격적인 사고를 요구한다. 이러한 이미지 과잉의 사회에서 주체와 정체성의 관계는 다양한 형태로 연관되어 있다²⁴⁾

맥루한의 '미디어는 메시지'라는 명제가 가장 극명하게 구현된 것이 멀티미디어라고 한다면 아바타는 바로 메시지가 신체이미지로 구현된 경우라고 할 수 있다. 인간의 자기변신 또는 복수자아(multi-identity)를 향한 욕망과 자아 묘사의 구체적인 항목들이 메시지가 되어 이미지화한 것이 아바타이기 때문이다. 보드리야르의 이러한 논의는 이제 아바타가 단순한 시뮬라크르로서의 지위를 넘어서서 사용자 스스로가 아바타에 심리적으로 전이되는 단계에 이르고 있다.

아바타의 사회적 보편화는 사이버공간이 주는 자유로움에 날개를 달아주기도 하지만, 현실과 사이버공간 사이에서 정체성의 혼란을 야기시킬 가능성도 가지고 있다. 사이버공간에서 나는 사회적 관계와 위계질서로부터 자유로워지고, 때로는 내가 되기도 하고, 때로는 숨겨져 있던 나의 욕망을 자유롭게 표출할 수도 있다.²⁵⁾

아바타는 인간이라면 누구나 가지고 있는 공주·왕자 콤플렉스를 극복해줄 도구이며, 또 한편으로는 자신의 본 모습을 숨김으로써 일탈을 제공하는 도구가 되기도 한다. 그러기에 우리는 수많은 정신적 혼돈을 겪을 수밖에 없으며, 일탈을 넘어선 자신의 본연의 내면을 들여다보아야 한다. 그래서 아바타가 단순히 상업적이나 자신의 숨기거나 치장하기 위한 도구가 아니라, 자신의 내면을 전달할 수 있는 또 다른 나로서의 기능을 할 수 있²⁶⁾도록 해야한다.

5.2 소비의 대상으로서의 아바타의 정체성

현대인의 육체는 소비 자본주의가 발견해 낸 새로운 시장이다. 보기 좋게 잘 꾸며진 육체는 곧 사회적으로 가치 높은 자산으로 간주된다. 그래서 사람들은 너나 할 것 없이 자신의 육체를 꾸꾸는 일에 골몰한다. 성형수술로 얼굴을 뜯어고치고, 명품으로 온 몸을 치장하는 일, 또 잘 빠진 몸매를 만들기 위해서 다이어트를 감행하고, 헬스클럽으로 몰려가는 것 모두가 결국은 자기 육체의 상품가치를 높이기 위한 노력이다. 육체가 곧 소비의 장이자 관리의 대상이 되어버린 것이다.

바로 이러한 오프라인의 논리가 아바타라는 가상의 육체를 통해 이제는 사이버스페이스로까지 침투해 들어오고 있다. 유료 서비스를 이용하는데 극도로 인색함을 보였던 네티즌들이 아바타를 꾸미기 위한 아이템 구입에는 기꺼이 현금을 지불하는 이유가 단순히 자기 정체성의 자발적 표현을 통해 심리적 대리만족을 얻는데 그치는 것이 아니고 보다 궁극적으로 사이버세계의 사회적 압력으로부터 강요된 생존을 위한 소비라고 할 수 있는 것이다. 어쩌면 지금의 아바타 열풍은 인터넷 기업들의 유료화 전략과 가상의 육체마저도 소비의 공간으로 식민지화하려는 현대 자본주의의 끝없는 욕망이 빚어낸 합작품일지

18) 박기순 저, 대인 커뮤니케이션, 세영사, 1998, p68

19) 박기순 저, 대인 커뮤니케이션, 세영사, 1998, p72

20) 박기순 저, 대인 커뮤니케이션, 세영사, 1998, p109

21) 박기순 저, 대인 커뮤니케이션, 세영사, 1998, pp114-115

22) '인격', '위격' 등의 뜻으로 쓰이는 라틴어. 정신분석학에서는 상황에 따른 다른 인격을 말한다.

23) Poster, Mark (1995), The Second Media Age, Polity Press, 이미옥, 김준기 (역), 1998, 제2의 미디어, 민음사. 참조.

24) 김혜인(1998), "사이버스페이스에서의 자아와 정체성 - 새로운 정체성과 주체의 가능성", <http://www.cyberculture.re.kr> 참조.

25) 시뮬라시옹, 민음사, 보드리야르, 2001, 하태환 역 p150

26) 가상공간의 육체, 사이버 인간과 아바타 (월간 How-PC, 2001년 9월호)

도 모른다. 예쁘고 멋지게 꾸며진 아바타는 곧 경제력의 상징이며, 이는 다시 네티즌들의 인기와 명예를 등에 업은 일종의 문화권력으로 직결되고 있는 것이다. 온라인 상에서 얼짱 신드롬이 아바타에도 이어지고 있는 것도 아바타라는 가상육체를 소비의 대상으로 보고 이벤트를 개최하여 더 많은 아바타 아이템을 판매하려는 목적이 보인다. 이러한 아바타의 대중화는 이용자의 심리와 아비투스 소비에 국한시킬 뿐 네티즌들이 왜 아바타에 집중하며 그들이 자신의 아바타에 대해 어떠한 생각을 가지는지에 대해서는 관심이 없다.

아바타에 온갖 정성을 다하는 젊은 세대의 아바타꾸미기가 바로 현실, 좀더 구체적으로는 현실의 자기몸과 정체성을 떠나고 싶은 이들의 욕망을 아바타가 대신해 줌으로써 시뮬라크르 이상의 지위가 부여되는 현상을 보여준다.

커뮤니티 사이트의 중요한 부분을 아바타가 차지하게 되었고, 커다란 수익사업이 되었고 아바타가 가진 다양한 문화적인 특성은 복잡 미묘한 현대의 문화현상을 단편적으로 보여주고 있다. 사용자들은 외적인 아바타꾸미기에만 몰두할 것이 아니라, 그로인해 '나'의 정체성이 가상공간상에서 어떻게 보여질 것인가를 살피고 사이버공간에서의 '나'인 아바타 또한 물질 자본주의의 희생양이 되지 않도록 해야 할 것이다.

6. 결론

아바타는 현실세계와 가상공간을 이어주며, 익명과 실명의 중간 정도에 존재하는 가상신원이다. 네티즌들은 인터넷이 만들어준 익명성 뒤에 숨어서 해방감을 만끽하면서도, 다른 한편으로는 익명의 바다 속에서 어떤 방식으로든 자신을 부각시키고 싶어하는 이중의 심리를 가지고 있기 때문에 가상공간 내에서는 옷을 바꾸어 입듯이 손쉽게 나 자신의 정체성을 바꾸며 개인의 정체성은 이미 과잉상태의 이미지들 안에서 무한히 변형되고 있다. 이러한 아바타는 픽셀, 플래시, 3D 등의 형태로 구현되며 현실세계에서 일어나고 있는 여러가지 문화현상과 경향을 단편적으로 드러내주는 매체라고 할 수 있다.

각각의 정체성을 지닌 아바타는 스스로 포스트모던 시대의 주체로서의 역할을 담당하게 된다. 사람들은 인터넷상에서 아바타를 선택할 때 인격이 분절되는 것에 불편함을 느끼기도, 안도감을 느끼기도 한다. 또 어떤 사람은 새로운 자아를 발견하기도 하고, 자아를 변화시키기도 한다. 사이버상의 자아는 단일하지 않고 안정화된 실체의 부분이 아닌 복수의 자아로 네티즌은 다양한 자신의 자아를 창조할 수 있는 것이다. 다양한 이미지가 가상공간을 뺨뺨이 채워가고 있는 현실에서 과연 우리는 어떻게 변화해 나갈 것인가를 고민하고 개인의 정체성이 아바타로 표현되는 가상공간에서의 문화적 혼돈과 혼란을 현명하게 대처해 나가야 할 것이다. 또한 그에 따른 이미지의 파편, 보드리야르(J. Baudrillard)식으로 이야기하자면 아바타에 의한 정체성의 '내파'(implosion)를 고민해야 한다. 아바타는 기술의 발전과 함께 계속 발전할 것이고 이제는 익명성의 무의미함과 가상과 현실적인 것의 구분이 불분명해지고 아바타는 자신을 대변한다는 의미에서 아바타의 발전은 온라인 사용자들의 긍정적 활동과 참여에서 기인된다고도 할 수 있다. 또는, 이 아바타의 사용으로 인해 사용자들의 인식이 점점 발전되어졌다고도 할 수 있다. 블로그에서 자신의 사진을 프로필

에 제시하는 사람이 있는가 하면 잘 꾸며진 아바타를 제시하여 직접적인 소개는 아니지만 자신의 취향과 개성을 내보이는 사람이 있다. 잘 다듬어진 아바타는 사이버상의 '나'로 함부로 대할 수 없는 존재인 것이다.

아바타를 통해 현실과 똑같이 영화를 보고 쇼핑을 하는 시대가 올 수도 있다. 또 거리에서 활동하는 현실의 자아보다 아바타가 사교생활을 대신하는 등 삶의 더 많은 영역을 담당하는 날이 조만간 오리라는 전망도 나오고 있다.

아바타의 존재의미가 커져가면서 아바타는 상업적 광고의 주체로도 이용되고 개인의 개성표현과 과시의 수준을 넘어서 매매와 소비의 대상으로도 이용되고 있다. 모든 문화적 현상이 소비자본주의의 원리에 의해 흘러가고 있는 현대사회에서 아바타의 정체성이 단지 아기자기한 이미지 조합에서 멈추는 단편적인 소비의 대상이 아니라 그래픽으로 표현된 실체가 없는 '나'이지만 무질서한 나의 여러 모습 속에서 진정한 나를 찾아가는 길이 되었으면 한다.

참고문헌

- 사이버스페이스에서의 자아와 정체성, 김혜인
- 매스미디어와 수용자, 커뮤니케이션북스, 1999
- 디자인과 키치, 오창섭, 토마토, 1997,
- 대안 비즈니스의 활성화, 아바타 서비스, 한창완, 문화 예술, 2003 3월호
- 일러스트레이션의 문화적 기호, 이승영, 2001
- 디자인문화 2002.12
- 박동숙·전경란 / 디지털시대의 이야기하기 : 상호작용성과 수용자 관여
- 월간 How-PC, 2001년 9월호
- DESIGN NET 2002년 3월 호
- 사이버 공간의 심리, 인간적 정보화 사회를 향해서 황상민, 한규석, 박영사, 1999
- <http://www.advertising.co.kr/uw-data/dispatcher/lit/fulltext/Serial/SK000259/01.html>
- <http://www.daum.net>
- <http://www.sayclub.com>
- <http://www.freechal.com>
- <http://www.nate.com>
- <http://kr.yahoo.com>