



## 메타버스 이용자의 자아정체성 인식에 관한 연구

상징적 상호작용이론 관점

**이지혜** 전남대학교 신문방송학과 박사과정, 한국방송통신전파진흥원 선임연구원

**주정민** 전남대학교 신문방송학과 교수

### A Study on the Perception of Self-Identity of Metaverse Users

Focusing on Symbolic Interactionist Theory

**Jihye Lee\***

(Ph.D. student, Dept. of Communication, Chonnam National University)

**Chungmin Joo\*\***

(Professor, Dept. of Communication, Chonnam National University)

This study clarifies the concept and characteristics of the metaverse, and explores self-identity and its characteristics within the metaverse based on symbolic interaction theory. According to previous studies, users project their real lives into virtual spaces, and sometimes implement another aspect of life beyond reality. Then, in the metaverse—a new type of virtual space—a question can be raised about how the user recognizes and expresses his or her identity. Four research questions were set: “Do users view the metaverse as a stage, and construct, modify, and maintain their own identities?”; “Do users who constitute their self-identity in the metaverse perceive and act on the metaverse as the front or the back of the play?”; “Do ‘human communication effects’ of the metaverse have a positive effect on self-identity expression and impression management?”; and “Do ‘interaction through an avatar’ or ‘maximization of sandbox’ have a positive effect on self-identity expression and impression management?” As a result of the study, most users were found to form their own identities in the metaverse, most of which could be categorized into three types: ‘ideal self’, ‘real self’, and ‘third person’. Subjects in the ‘ideal self’ category answered that they constitute the ideal self-identity they want to become by realizing the image or behavior they want to realize in reality. They answered that they constituted a self-identity with little difference. On the other hand, the subjects of the ‘third person’ category answered that they had never constituted their identities in ZEPETO and thought of them as objects completely different from their own, as if playing with dolls.

---

\* win\_1@naver.com

\*\* truejoo77@daum.net, corresponding author

As a result of examining whether the metaverse was recognized and acted on as frontstage or backstage for users who are forming their identities in the metaverse, the three types of 'front-back', 'front', and 'back' were identified. It could be inferred that this difference was due to the presence or absence of continuous communication with others. Subjects in the 'front-back' and 'front' categories had subjects with whom they continuously communicated, such as friends, acquaintances, and followers. But subjects in the 'back' did not have such people.

Meanwhile, metaverse users were using the metaverse as a means of self-expression and impression management. A large number of users answered that the metaverse's 'human communication effects' and 'interaction through an avatar' characteristics were helpful for self-expression and impression management. They answered that ZEPETO was much easier for self-expression and impression management than other virtual spaces because verbal and non-verbal communication was possible. In addition, the subjects shared that it was easy to express their self-identity in that they could freely decorate and express the face, body type, and style through their avatars. Furthermore, some answered that it was possible to transcend the constraints of reality and express a truer self-identity.

**Keywords:** Metaverse, Self-identity, Virtual reality, Symbolic Interactionist Theory, Goffman

# 1. 서론

디지털로 구현된 온라인 공간을 ‘가상공간’, ‘가상세계’, ‘디지털세계’ 등으로 부른다. 최근 들어 이들 용어를 대신해 ‘메타버스(metaverse)’라는 용어가 자주 쓰이고 있다. 메타버스는 가상, 가공, 추상을 의미하는 메타(meta)와 세계를 뜻하는 유니버스(universe)를 결합한 의미로, ‘가상의 공간에서 현실과 상호작용하며 사회, 경제, 문화 등이 결합한 새로운 세계를 만들어 가치를 창출하는 일련의 활동’을 지칭한다(이승환, 2021). 아바타나 캐릭터 등을 기반으로 가상의 공간을 구축한 <로블록스(Roblox)>, <마인크래프트(Minecraft)>, <제페토(Zepeto)>와 같은 플랫폼에서부터 현실의 삶과 경험에 대한 정보를 가상공간에 기록하고 저장, 공유하는 <페이스북(Facebook)>, <틱톡(TikTok)>, 그리고 현실을 그대로 반영하되 정보를 확장한 <구글어스(Google Earth)>, 현실공간에 가상의 이미지와 정보를 적용하는 <포켓몬 고(Pokémon GO)>와 같은 서비스가 대표적이다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). 최근 메타버스는 온라인 문화 속에서 하나의 트렌드로 자리 잡아가고 있다.

메타버스가 화두로 떠오른 사회적 배경에는 코로나바이러스감염증-19(Coronavirus Disease-19, 이하 코로나19)의 확산이 있다. 코로나19로 인해 다수의 인류가 일상에 큰 변화를 경험하고 있으며, 삶의 많은 영역과 활동이 오프라인에서 온라인으로 이동했다. 전 인류는 물리적 ‘거리두기(distancing)’로 인해 생긴 사회활동의 소외감을 해소하고, 사회적 자본을 쌓고 유지하는데 온라인을 택했다. 그 통로 중 하나로 메타버스 서비스가 주목받게 됐다. 공연과 팬 사인회, 입학식과 졸업식, 미술품 관람, 쇼핑 등 현실공간에서 이뤄졌던 많은 일이 온라인으로 이동했다. 가수 릴 나스 엑스(Lil Nas X)의 공연과 가수 블랙핑크의 팬 사인회가 <로블록스>, <제페토>에서 진행되고, 인천시의 8.15 광복절 행사가 <마인크래프트> 진행됐다. 시대 변화를 감지한 기업들은 메타버스 서비스를 쏟아냈다. 코로나19 확산이 시작된 2020년 초중반 이후, 게더타운(Gather Town, '20.5.), 마이크로소프트 메시(Microsoft Mesh, '21.4.), 이프랜드(ifland, '21.7.), 하이퍼버스(Hyperverse, '21.12.) 등이 서비스를 시작했고, 호라이즌(Horizon), 더샌드박스(The Sandbox), 스페이셜(Spatial) 등이 메타버스 서비스로 개편했다.

<로블록스>, <제페토>, <마인크래프트>와 같은 메타버스 서비스의 주 이용자는 Z세대로 꼽힌다. Z세대는 1990년 중후반에서 2000년대 중반 출생자들로, 유년 시절부터 디지털 환경에서 성장해 신기술에 민감하고 디지털을 적극적으로 활용하는 세대이다(박혜숙, 2016). 이들이 국내·외를 불문하고 메타버스 놀이 문화의 새로운 문법을 이끌고 있다. 미국의 16세 이하 어린이와 청소년 50% 이상이 <로블록스>를 이용하고 있다(Lyles, 2020), 뉴욕타임스(The New York

Times)는 <마인크래프트>가 전 세계적으로 아이들에게 인기를 끌며 디지털 세계의 문법을 가르쳐주고 있다며, 이 아이들을 ‘마인크래프트 세대(The Minecraft Generation)’라고 표현하기도 했다(Thompson, 2016). 일본인 3,208명을 대상으로 한 조사에 따르면, 20대의 1/3이 닌텐도의 메타버스 게임인 <동물의 숲>을 보유하고 있었고(채성오, 2020), 2020년 3월에 발매된 <모여 봐요 동물의 숲> 시리즈는 Z세대의 새로운 문화로 자리 잡았다(The Learning Network, 2020).

메타버스가 화두로 떠오르며, 메타버스가 무엇인가? 이전의 디지털 혹은 가상공간과 차이가 있는가? 무슨 특징을 가지고 있는가? 개인의 일상에 어떠한 영향을 끼치고 있는가? 등 다양한 질문이 제기되고 있다. 본 논문은 메타버스에 제기되는 다양한 질문 중에서도 메타버스는 이용자의 자아정체성을 구현하는 도구(Mennecke, Triplett, Hassall, Conde, & Heer, 2011)로 작용하는지를 탐구하고자 한다. 그동안 연구에 따르면, 인터넷 이용자는 가상공간에서 자신의 욕구와 가치를 표현하며, 타인과 상호작용을 통해 새로운 의미를 발견하고 구성해 간다(황상민·김지연·조희진, 2008). 가상공간이 단순히 가상의 것에 머물지 않는 것은 이용자가 가상공간에 현실의 삶을 투영하고(Griebel, 2006), 현실을 넘어 또 다른 삶의 모습을 구현하기 때문이다(Bessière, Seay, & Kiesler, 2007). 지(Gee, 2003)는 온라인상에서 제공되는 게임의 가장 큰 장점 중 하나가 ‘투사된 정체성(projective identity)’이라고 말한다. 게임 이용자는 게임을 통해 정체성이 부여되는 게 아니라, 자신의 정체성을 ‘투사’한다는 것이다. 메타버스 서비스는 게임, 소셜 미디어 등 성격이 매우 다양하므로 게임으로 간주할 수는 없다. 하지만 이용자가 능동적으로 활동하고, 아바타를 생성하고, 이야기를 구성함으로써 ‘미디어를 통한 자아정체성 투사’라는 분석 자료를 제공한다(김종덕·송수현, 2011). 이에 본 연구는 상징적 상호작용이론을 바탕으로 가상공간의 자아정체성 고찰과 함께 메타버스의 개념과 특징을 밝히고자 한다. 특히 심층인터뷰를 바탕으로 메타버스에서의 자아정체성과 그 특징에 관해 탐구한다.

## 2. 이론적 고찰

### 1) 상징적 상호작용이론과 자아정체성

자아정체성(self-identity)이라는 개념은 사회과학 분야에서 오랫동안 다루어 왔던 주제 중 하나이다. 자아에 대한 시초를 찾기 위해서는 “너 자신을 알라(Know thyself)”고 말한 소크라테스(Sōkratēs)의 고전적 진술부터 이천여 년 후 소크라테스의 추론을 반향해 “모든 인간은 인간이

되기 위한 조건을 자신 안에 지니고 있다”라는 몽테뉴(Montaigne)의 논의(Coulmas, 2019), 헤겔(Hegel)과 프로이트(Freud), 라캉(Lacan) 등 많은 학자의 이론을 되짚어야 한다. 하지만 본 논문은 상징적 상호주의적(Symbolic interactionism) 관점에서 바라보는 자아정체성에 주목한다. 상징적 상호작용이론은 20세기 중반 미국과 스코틀랜드의 사회학자들로부터 발전했다. 당시 사회학을 지배했던 주류 관점은 실증주의였다. 현상의 규칙성과 인과관계를 통해 객관적 사실만을 연구의 대상으로 삼는 실증주의는 반실증주의의 반기를 맞는다. 반실증주의의 사회학 방법론 중 하나가 상징적 상호작용이론이다. 상징적 상호작용이론가들은 사회는 사회를 구성하는 행위자의 관찰을 통해서만 이해될 수 있으므로, 전통적 관점에서 벗어나 사회를 미시적 수준에서 관찰하고 상황적으로 이해해야 한다고 주장했다. 특히 이들은 개인이 언어와 상징을 통해 의사소통한다는 것에 주목했다. 개인이 의사소통을 통해 사회와 세계에 대한 관점을 구축하고 각각 다른 사회에 대해 이해하므로, 그 주관적 해석에 주의를 기울여야 한다는 것이다.

미드(Mead, 1934)는 상징적 상호작용이론을 체계화한 대표적 학자로, 사회적 상호작용으로 구축되는 대상화된 자아정체성 개념을 주창했다. 미드는 심리학의 아버지라 불리는 제임스(James, 1890)가 제시한 ‘I’와 ‘Me’의 개념을 발전시키고, 쿨리(Cooley, 1902)의 ‘거울 자아(looking-glass self)’ 등의 논의에 영향을 받았다. 제임스는 인식의 주체로서의 자아인 I와 인식의 대상으로서의 자아인 Me로 구분했는데, 미드는 이를 타자와의 상호작용을 통해 구성되는 자아와 그것을 인식하는 또 다른 자아로 발전시켰다. 목적적 자아, 객체로서의 자아, 사회화된 자아가 Me라면, 주격 자아, 주체로서의 자아, 역동적인 자아가 I인 것이다. 미드는 기존에 내면적이고 고정적이었던 자아가 사회적 상호작용을 통해 형성되는 외면적이고 유동적 자아의 측면을 밝혔다(김소영, 2021). 한편, 쿨리는 ‘거울 자아’라는 개념을 도입해 다른 이의 눈에 비친 자기 모습에 반응해 정체성을 획득해가는 과정을 설명한다. 타인과의 상징적 의사소통은 자아정체성 발생과 유지에 매우 중요하다는 점을 강조하며, 집단이라는 맥락 속의 의사소통과 자아정체성을 연결한다. 쿨리의 이론은 미드의 ‘역할’ 개념 도입에 중요한 영향을 끼친다(신경림·조명옥·양진향, 2004). 미드에 따르면 인간의 자아는 집단 내에서 역할 담당을 통해서 자신을 객관화해서 볼 수 있는데, 이것이 바로 언어를 통한 의사소통의 과정이며, 여기서 자아는 의미 있는 상징인 언어를 통해서 자기가 속해 있는 집단의 상징을 습득하면서 이루어지는 것이다(Mead, 1934).

상징적 상호작용이론은 온라인의 확장된 시공간에서 살아가는 현대인의 탈 경계적 자아를 고찰하는 이론적 토대가 될 뿐 아니라(김소영, 2021), 정보통신기술의 발전에 따라 자아의 발달과 사회체계 간의 상호의존성이 점점 커지는 현상을 설명하는 데도 중요한 역할을 한다(박성희, 2004). 미드, 쿨리, 듀이(Dewey, 1930) 등에 따르면, 개인은 자신을 ‘사회적 대상’으로 바라볼

때, 다시 말해 다른 사람이 보는 자신을 상상할 때, 자신의 행동을 지각한다. 개인의 자아정체성은 다른 사람과의 상호작용 속에서 형성되며, 상호작용에는 커뮤니케이션이 중요한 역할을 한다. 언어가 주축을 이루고 있는 상징은 인간에게 자기성찰과 행위 규제의 필수 불가결한 수단이다(신경림·조명옥·양진향, 2004). 가상공간은 물리적 실체가 존재하지 않는 공간이어서, 커뮤니케이션만이 자아를 들어낼 수 있는 수단이 된다. 실체가 없더라도 상징과 커뮤니케이션이 교환되는 장소인 가상공간에서 행위자가 상황의 맥락을 반영해 자아정체성에 어떠한 의미를 부여하는지 살피고 그 행위의 과정을 분석하는 것은 가상공간 이용행위를 요인이나 구조를 통해 설명하는 것보다 더 풍부한 설명이 가능할 것이다(박석철, 2005).

## 2) 상징적 상호작용이론을 통한 가상공간의 자아정체성

가상공간에 기초한 자아정체성은 메시지로만 상대에게 존재하며, 현실공간에서 보다 유동성을 극대화할 수 있다(Adler & Adler, 2008; Jordan, 2002; Pearson, 2009; Turkle, 1995). 유동적 자아정체성을 이해하는 데는 상징적 상호작용론을 통한 자아개념을 연극학적 관점에서 발전시킨 고프만(Goffman, 1959)의 이론이 유용하다(김종길, 2008). 고프만은 자아정체성을 전면과 후면의 영역으로 구분 짓고, 이를 연극 무대의 배우에 빗대어 설명했다. 전면 영역은 무대 위에 올라간 것처럼 배경과 자신이 세상에 드러나는 공간이다. 개인은 무대 위, 전면 공간에서 다른 이의 관찰을 의식하고 규칙과 관습을 준수하며 공연에 임한다. 자아정체성의 전면은 자신이 보여주고 싶은 것을 잘 보여주려는 노력과 감추고 싶은 것을 잘 은폐하려는 노력 즉, 자아표현(presentation of self)을 통한 인상관리(impression management)가 이뤄지는 공간이다. 반면, 후면 영역은 무대 뒤와 같이 배경과 자신이 드러나지 않은 채 자유를 향할 수 있는 공간이다. 다른 이에게 노출되지 않을 수 있는 어두운 곳이다. 공연으로 표현되는 자아나 이미지가 모순된 행위들을 벌일 수 있어 가면을 벗을 수 있는 공간이다.

고프만(1959)에 따르면 사람들은 무대에 올라 자신의 이미지를 자신이 원하는 방향으로 구축하기 위해 전략적으로 자아를 표현한다. 자신을 있는 그대로 노출하기보다는 표정이나 몸짓, 감정 표현 등을 선택적으로 표출하고 은폐하기도 한다. 언어적, 비언어적 표현을 복합적으로 사용하고, 팀 단위로 집단적 인상관리를 하기도 한다. 이때 개인의 이미지는 한 가지에 고정된 것이 아니라 대상에 따라 자아정체성을 선별적으로 표현한다. 한 개인은 가정, 직장, 학교 등 여러 무대를 가지고 있고, 무대에 따라 다른 관객을 대상으로, 각기 다른 연기를 펼친다. 자신이 위치한 영역에 따라 자아정체성을 유동적으로 설정하고 표현할 수 있다. 존스와 피트먼(Jones & Pittman, 1982)은 인상관리란 개인의 특성에 대해 타인들이 가지는 인상을 통제하려는 시도라

고 정의했다. 자기표현의 궁극적 목표는 긍정적인 인상을 주는 것에 그치지 않고, 다른 사람들이 자기가 원하는 방식으로 반응하도록 영향을 주는 데 있다는 것이다. 개인은 무대 위에서 인상관리를 통해 자신이 보여주고자 하는 바를 연기하고, 관객인 타인의 반응을 살피며 이를 수정하고 유지해가며 자신의 자아정체성을 구축한다.

그렇다면 가상공간에서의 자아표현과 인상관리는 어떻게 나타나는가? 고프만이 무대장치와 무대장비로 전면 영역을 서술한 부분을 통해 이를 살펴볼 수 있다(Goffman, 1959). 무대장치는 연기가 연기를 펼치기 위한 물리적 장면을 말한다. 연기가 외국 의사라면 수술실이 될 것이고, 택시 기사라면 택시가 무대장치가 될 수 있다. 무대장비는 연기와 동일시될 수 있는 요소로, 자아표현의 도구로 활용될 수 있는 것을 말한다. 의료 가운이 있어야 연기를 외국 의사라고 인식하는 것처럼, 무대장비는 수용자로 하여금 연기의 정체성을 인지할 수 있게 한다. 한편, 가상공간은 현실공간과 달리, 물리적 실체가 존재하지 않는다. 인종, 성별, 나이 등 외양으로 파악할 수 있는 모든 정보가 사라지는 공간으로, 무대장치와 무대장비를 얼마든지 드러내지 않을 수 있다. 이런 측면에서 가상공간은 후면의 장소로 보인다. 하지만 가상공간은 무대장치와 무대장치를 현실공간보다 자유롭게 적용할 수 있는 공간이기도 하다. 가상공간에서는 자아를 표현하는 대로 실체가 되기 때문이다. 인상관리의 과정을 통해 자기 모습을 자유롭게 수립하고, 변환하는 과정이 현실공간보다 훨씬 자유롭고 손쉽다.

그리고 고프만의 연극이론에 근거해 가상공간에서 자아정체성은 어떻게 재구성되고 있는가? 피어슨(Persson, 2012)은 고프만의 주장을 인용해 소셜 미디어 이용자의 역설적인 상호작용 행태를 설명한다. SNS 공간에서는 대면 상황보다 쉬이 인상관리를 하게 됨에 따라 고도로 통제된 자기표현을 하며 전면 공간을 꾸미는 것과 동시에, 타인의 반응을 곧바로 관찰할 수 없는 환경에 따라 무분별한 언어를 사용하거나 과도한 자아 공유(oversharing) 현상을 보였다고 분석했다. 바우만(Bowman, 2010)은 고프만의 연극이론이 유튜브(YouTube)라는 가상공간을 분석하기에 적절한 도구(tool)가 된다고 주장하면서도, 전통적인 연극이론의 구분인 전면과 후면을 가지고 유튜브를 명확히 구분 짓기는 어렵다고 말한다. 가상공간인 유튜브는 새로운 의사소통 패턴이 나타나는 공간이며, 이용자에게 전면의 공간이면서 후면의 역할이 이전된 공간이라고 설명한다. 최선훈과 엄인영(2006)은 싸이월드 이용자를 대상으로 개인마다 미니홈피라는 무대를 인식하고 있는 바가 다르고, 미니홈피의 세부적인 공간마다 혹은 누구와 상호작용하는가에 따라 다르게 연기하고 있는 것을 밝혔다. 이수현, 훈준 그리고 하홍규(2014)는 페이스북 이용자를 대상으로 페이스북에서 자아정체성을 드러내는 정도가 다른 가상공간보다 높고, 다양한 무대를 경험하며 이용자들이 더욱 복잡한 인상관리를 하고 있다고 밝혔다. SNS 공간을 물리적 현실공

간에서 분리된 여러 팀의 구성원들을 경계 없이 마주하게 되는, ‘경계 없는 무대’의 공간이라 표현하기도 했다. 윤명희와 손수빈(2015)은 SNS 이용자들의 정체성 놀이 맥락에서 ‘트위터 붐’ 현상을 분석해 고프만의 전략적이고 수단 합리적인 인상관리가 가상공간상에서는 유희적이며 친밀함을 도모하는 데 중요성을 두고 놀이적 지향을 목표로 한다는 것을 밝혔다. 가상공간의 성격에 따라 고프만의 자아정체성 이론이 각기 달리 재구성되고 있지만, 공통점은 가상공간이 무대의 전면과 후면 둘 중 양자택일의 공간이 아닌, 양쪽이 혼합된 혹은 새로운 공간으로 재정의되고 있다는 것이다.

### 3) 메타버스의 조작적 특징

‘메타버스’라는 용어는 닐 스티븐슨(Neil Stephenson)이 1992년 출간한 <스노우 크래쉬(Snow Crash)>라는 소설에 처음 등장한다. 이 소설은 메타버스라는 가상의 세계에서 등장인물이 아바타라는 가상의 신체를 빌려 활동하는 것을 배경으로 한다. 가상의 세계를 지칭하는 단어는 ‘메타버스’ 이전에도 존재했다. 1984년 윌리엄 깁슨(William Gibson)은 소설 <뉴로맨서(Neuromancer)>에서 가상공간이 구현된 컴퓨터 네트워크 세계를 ‘사이버스페이스(Cyberspace)’라고 지칭했다. 원래 사이버(Cyber)라는 용어는 수학자 노버트 위너(Norbert Wiener)가 메시지의 소통과 통제이론을 지칭하기 위해 사이버네틱스(Cybernetics)라는 용어를 만들면서 등장한 개념이며, 그 어원은 선박의 키잡이를 뜻하는 그리스어 쿠버네티스(Kubernetes)에서 유래됐다(김대균, 2012). 깁슨이 가상의 세계 혹은 공간을 지칭하기 위해 ‘사이버공간’을 사용하면서 사이버라는 단어가 대중들에게 널리 알려지게 됐다. 그 결과 물질로 구성된 현실공간과 비트로 형성된 사이버공간을 이분법적으로 구분하던 것이, “사이버공간을 허구의 공간”으로 간주하는 사고방식이 퍼지게 됐다(박동준, 2010).

하지만 가상은 허구가 아니며, 가치가 없거나, 실존하지 않는 것이 아니다(Ryan, 2015). 가상이란 현실(real)이 아닌, 실제(actual)에 대립하는 개념이다(정복철, 2010). 가상공간은 현실공간과 영향을 주고받는 공간이며, 현실공간의 일부이다(김성수, 2018). 김대균(2012)은 ‘자살사이트를 통한 자살사건’으로 가상공간에 대한 오해를 바로잡는다. 당사자가 실제로 자살을 한 것은 현실공간에서 자살을 생각하게 만든 특정한 계기가 있었을 것임에도 불구하고, 자살사이트가 자살의 직접적인 원인이 됐다는 식의 언론 비판이 있었다는 것이다. 즉, 현실공간과 가상공간을 각자 독자적인 공간으로 설정하기 때문에 왜곡된 해석이 만들어진다는 것이다. 그간 다수의 연구에서도 사이버 혹은 가상공간을 허구의 공간, 현실적이지 않은 공간으로 보는 견해가 많았다. 하지만 가상공간이 우리 삶에 차지하는 영역이 넓어지며 인식이 바뀌고 있다. 2000년대 중



후반부터 가상공간을 ‘현실 그 너머’에 있는 ‘허구’의 것에서, ‘현실의 일부분’ 혹은 ‘특정공간’으로 받아들이는 연구가 증가하기 시작했다는 것이 그 증거라 할 수 있다(고창택, 2005; 김예란, 2004; 임종수, 2011; Bakardjieva, 2005; Jenkins, 2006; Nunes, 2006)

비영리 기술연구단체 ‘미국 미래 가속화 연구재단(Acceleration Studies Foundation, 이하 ASF)’은 〈메타버스 로드맵(Metaverse Roadmap: Pathways to the 3D Web)〉을 발표하며, 메타버스를 ‘가상적으로 향상된 물리적 현실과 물리적으로 영구적인 가상공간의 융합’으로 정의했다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). 메타버스는 실존하는 공간일 뿐 아니라, 현실과 융합하는 공간이라는 것이다. 하지만 메타버스의 경계는 흐릿하며, 기존 가상공간 개념과 어떻게 다른 것인지도 명확하지 않다. 아직 어떤 것이 메타버스이고 아닌지에 대한 합의가 이루어지지 않았기 때문이다. ASF는 메타버스를 기술 양상에 따라 증강기술과 시뮬레이션, 내·외적 특성에 따라 내재·외재적 요소라는 유형으로 분류하고 있다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). 하지만 해당 분류는 관련 기술과 서비스 발전으로 인해 명확하게 작용하기보다는 메타버스라는 개념을 이해하는 데 맥락상 도움을 주는 쪽에 가깝다. 최근 메타버스 개념의 정의를 시도한 연구를 살펴보면 이병권(2021)은 기존의 가상현실보다 확장된 개념으로 해석했고, 이현정(2021)은 ASF의 개념을 빌려 가상과 현실이 융합된 결과물이라고 설명했다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). 송원철과 정동훈(2021)은 메타버스가 하나의 특정된 공간이 아니라, 텍스트, 이미지 기반으로 제한된 경험을 하는 낮은 단계의 확장현실 경험에서부터, 언어, 비언어 커뮤니케이션으로 경제 활동하는 높은 단계의 확장현실을 경험할 수 있는 다양한 공간이라 말한다. 오연주(2021)는 메타버스가 가상세계와 현실세계를 아우르는 보다 확장된 공간으로 보았고, 유진희(2021) 또한, 현실에 반하는 혹은 대체하는 공간이 아니라 현실세계의 보완 또는 강화 공간으로 현실세계와의 연결성이 있는 공간으로 이해해야 한다고 말하고 있다. 연구자마다 메타버스를 정의하는 바가 다르지만, 현실공간과 상호작용하며 가상과 현실의 융·복합이 이뤄지는 공간이라는 것에는 공감대를 확인할 수 있었다.

그렇다면 이런 메타버스의 특징은 무엇일까? 메타버스 관련 기술과 서비스가 하루가 다르게 발전함에 따라 명확한 특징을 구분 짓기에는 무리가 있다. 학술적 탐구를 위해서 메타버스를 다룬 연구 중에서 메타버스의 특징을 언급한 연구를 정리해 보면, 그 특징이 다양하다(〈Table 1〉 참고). 임태형, 양은별, 김국현 그리고 류지현(2021)은 메타버스의 특징을 아바타를 통한 상호작용, 공간적 움직임으로 꼽았고, 최은진과 이영숙(2021)은 오픈월드<sup>1)</sup>, 샌드박스, 크리에이

---

1) 샌드박스 유형을 뜻하는 다른 용어로 ‘오픈월드(Open world)’가 있다. 최은진과 이영숙(2021)은 메타버스의 특징

터 이코노미, 아바타라고 정의했다. 송원철과 정동훈(2021)은 인간 커뮤니케이션, 현실과 비현실 경험, 확장현실 공간을, 이준복(2021)은 종합적 가상 공유 공간의 존재, 현실세계와의 융합, 연속성이라고 말했다.

Table 1. Metaverse Characteristics in Previous Studies

Author(Year)	Metaverse Characteristics
Lim, T., et al. (2021)	Interaction Through an Avatar, Spatial Movement
Choi, E., & Lee, Y. (2021)	Open World, Sandbox, Creator Economy, Avatar
Song, W., & Chung, D. (2021)	Human Communication, Real and Unreal Experience, Extended Reality
Lee, J. (2021)	Collective Virtual Shared Space, Convergence with Physical Reality, Persistence

선행연구를 기반으로 메타버스의 공통적인 특징을 다섯 가지로 정리할 수 있다. 먼저 ‘아바타를 통한 상호작용’이다. 가상공간에서의 아바타는 이용자를 대신해 도상적 재현을 위한 가상 신체(virtual body)라 정의할 수 있다(Featherstone & Burrows, 1995). 이용자는 아바타를 자신의 대리인(agent)으로서 활용해 타인과 상호작용하므로(Tilak et al., 2020), 아바타는 가상공간에서 자신을 드러내기 위한 마스크와 같은 것이다(Donath, 2001). 아바타를 움직이고, 다른 아바타와 대화하고, 게임을 하는 일련의 활동이 이용자 자신의 활동이나 관계성을 투사한 것과 같은 효과를 낸다(고선영·정한균·김종인·신용태, 2021; 최은진·이영숙, 2021). 이러한 맥락에서 이용자는 아바타를 단순히 인공적인 존재로 간주하는 것이 아닌, 살아있는 하나의 구성단위로 인지하고 아바타 그 자체와도 상호작용한다(Bélisle & Bodur, 2010). 가상공간이 갖는 익명성으로 인해 드러나지 않는 자신의 자아정체성을 아바타를 통해 구성하고, 구성된 자아정체성은 탈개체화와 다른 이의 반응에 의해 강화되고, 다시 이용자에게 영향을 미치는 것이다(Merola & Peña, 2009).

두 번째는 ‘인간 커뮤니케이션 효과’이다. 우리는 말과 문자만 가지고 대화하지 않는다. 표정, 몸짓, 손짓 등의 비(非)언어적 표현과 음성 언어의 억양, 어조, 강약 등 반(半)언어적 표현 등을 복합적으로 이용해 커뮤니케이션한다. 미디어 풍요성 이론에 따르면, 미디어가 개인에게 전달하는 정보 전달 능력이 높을수록 풍요로운 것이다(Daft & Lengel, 1986). 인간은 직접 마주하

으로 샌드박스나 오픈월드 구분했는데, 오픈월드 또한, 높은 공간적 자유도를 가진 게임 유형을 뜻하고, 샌드박스 유형과 구분 없이 사용되는 경우가 많다(Gabbiadini & Greitemeyer, 2017; Sifa et al., 2016; 송두현, 2019).

는 대면 커뮤니케이션을 하는 것을 가장 이상적으로 생각하고, 기술의 발달도 궁극적으로 이와 같은 방식을 지향하고 있다(송원철·정동훈, 2021). 메타버스 플랫폼에서 이용자는 아바타를 이용해 표정, 몸짓, 손짓 등 비언어적 표현을 표출하고, 다른 이용자와 실시간으로 대화하며 비언어적 표현을 통해 상호작용한다. 물론, 대면 커뮤니케이션처럼 매끄러운 소통이 가능한 곳은 드물지만, 현재 현존하는 어느 미디어보다 인간 커뮤니케이션 효과가 뛰어난 곳 중 하나라 할 수 있다.

세 번째로 ‘샌드박스(Sandbox)의 고도화’ 특징이다. 샌드박스는 아이가 ‘모래상자’의 모래를 가지고 자유롭게 무언가를 만들고 또 허물며 놀 듯이, 이용자가 목표나 방식, 배경 등을 자유롭게 플레이할 수 있는 유형의 게임을 뜻한다. 최근 화제로 떠오른 메타버스 서비스들은 아바타 제작을 위해 그 어느 플랫폼보다도 다양한 도구를 제공해 이용자가 표현할 수 있는 스펙트럼을 더 넓히고 있다. 이러한 샌드박스 특징은 이용자에게 몰입의 요인을 제공하기도 한다. 불링엄과 바스콘첼로스(Bullingham & Vasconcelos, 2013)는 게임 〈세컨드 라이프(Second Life)〉 이용자가 아바타를 통해 자신을 표현하는 것에 중요한 가치를 두고 플레이하고 있었고, 자유롭게 커스터마이징(customizing)할 수 있는 요소가 다른 가상공간에서보다 핵심적인 것으로 작동하는 것을 밝혔다. 메타버스 이용자들은 샌드박스 특징을 통해 메타버스에서 제작자이자 편집자로 역할을 하며 자유롭게 창작활동을 펼치고, 메타버스에서 벌어지는 다양한 변화에 유동적으로 대처하고 있다(최은진·이영숙, 2021).

네 번째로 ‘크리에이터 이코노미’이다. 샌드박스 유형의 메타버스는 이용자가 생산자가 될 수 있는 환경을 구축하고 있다. 이것은 곧 이용자들이 게임 속에서 자립적인 경제 생태계를 구축하고 순환시키는 효과를 낳는다(최은진·이영숙, 2021). 제페토 공식 홈페이지(2022, 3, 26)에 따르면 제페토의 ‘스튜디오 크리에이터’는 230만 명, 스튜디오를 통한 아이템 판매량은 6,800만 개에 달한다. 제페토 스튜디오란 이용자가 아이템이나 맵 등을 직접 제작하고 판매할 수 있는 서비스를 제공하는 플랫폼이다. 이용자가 제작한 콘텐츠는 제페토의 심사를 거친 후 공개 및 판매된다. 네이버 제트의 김대욱 대표에 따르면, 제페토에서 판매되는 아이템 80% 이상이 이용자가 직접 제작한 것이고, 의상 아이템의 경우 하루 평균 7,000~8,000개의 신제품이 공개된다(김정민, 2021). 이는 이용자가 창작한 콘텐츠를 사고파는 시스템이 공고하게 구축되어 있음을 의미한다. 이러한 경제적 유인은 서비스 및 플랫폼에 네트워크 효과를 확장하는 데 지대한 영향을 끼치고 있다.

다섯 번째는 ‘현실세계와의 융합’이다. 메타버스는 현실과 가상세계의 경계를 허물고 있다(이현정, 2021). ASF는 메타버스를 ‘가상현실로의 확장(augmentation)’, ‘현실 재현(simulation)’으로 구분했다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). 최근 메타버스는 두 성격 모두 나타나고 있는데, 이는 코로나19 팬데믹에 영향이 있다. 세계 각국의 다수 정부는 2020년 초 확산하기 시작

한 코로나19를 방지하기 위해 ‘사회적 거리두기(social distancing)’, ‘셧다운(shut down)’ 등을 통해 면대면 상황을 최소화하는 정책을 펼쳐왔다. 교육, 관광, 엔터테인먼트, 의료 등 많은 분야에서 비대면 영역을 넓혀가야만 하는 상황이 이어졌고, 그 대안으로 메타버스가 떠올랐다. 메타버스에서 현실의 정치인이 선거캠프를 열고, 현실의 연예인이 공연하고, 현실의 대학이 입학식을 개최했다. 이는 앞서 설명한 ‘인간 커뮤니케이션 효과’, ‘샌드박스의 고도화’ 등의 특징 때문으로 파악된다. 메타버스에서는 현실공간만큼은 아니지만, 아바타를 통해 언어적 의사소통뿐 아니라, 비언어적으로 현실과 가까운 커뮤니케이션을 할 수 있고, 동시에 현실공간만큼 혹은 더 쉽게 공간이나 물체를 구현할 수 있다. 코로나19로 현실을 대체할만한 가상공간이 필요했고, 메타버스는 우수한 현실 대체공간이 되어주었다. 현실의 경제와 사회, 문화가 가상의 공간에서 펼쳐지고, 가상의 경제와 사회, 문화가 현실에 영향을 미치며 상호작용하고 있다. 다수의 인류는 원하든 원치 않든, 코로나19로 인해 메타버스 경험을 축적하게 됐다.

이러한 특징을 모든 메타버스에 동일하게 적용할 수는 없다. 메타버스마다 방향성과 목적성, 형태, 커뮤니케이션 환경 등에 차이가 있으므로 특징 또한, 확일적으로 정의 내리기 어렵다. 본 연구가 제시한 연구문제에 대한 답이 메타버스마다 다를 수 있기에, 앞서 정의한 메타버스의 다섯 가지 특징이 발현되고 있는 서비스를 선정해 이용자의 자아정체성을 탐구하고자 한다. ASF가 제시한 메타버스 네 가지 유형과 선행연구를 참고해 <Table 2>를 구성했다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). ASF는 정보 구현의 중심이 ‘외적(external)’ 혹은 ‘내적(intimate)’인지에 따라, 정보가 구현되는 공간이 현실의 ‘확장(augmentation)’ 혹은 ‘모방(simulation)’인지에 따라 증강현실(Augmented Reality), 라이프로그킹(Life-logging), 거울세계(Mirror Worlds), 가상세계(Virtual Worlds)로 메타버스 유형을 구분했다. ASF가 제시한 메타버스의 각 유형에 최근 선행연구에서 자주 다루었던 메타버스 서비스를 두 개씩 예시로 나열해 다섯 가지 특징의 적용 여부를 확인했다(Smart, Cascio, & Paffendorf, 2007). 이에 근거해 ‘가상세계’ 유형의 <로블록스>와 <제페토>가 조작적 특징에 부합하는 것을 확인했고, 연구참여자 모집의 효율성을 위해 국내 서비스인 제페토를 연구대상으로 선정했다.

Table 2. Types of the Metaverse and Whether Operational Characteristics Are Applied

Metaverse Characteristic	Metaverse Service							
	Augmented Reality		Life-Logging		Mirror Worlds		Virtual Worlds	
	Pokémon	IKEA Place	Instagram	Nike Run Club	Google Earth	Zoom	Roblox	Zepeto
Interaction Through an Avatar	○	X	X	X	X	X	○	○

Human Communication Effects	△	X	△	X	X	○	○	○
Maximization of Sandbox	X	X	X	X	X	X	○	○
Creator Economy	X	X	X	X	X	X	○	○
Convergence with Physical Reality	○	○	○	○	○	○	○	○

Note. ○(Applied), △(Inadequate), X(Not Applied)

### 3. 연구 문제 및 방법

#### 1) 연구문제

상징적 상호작용 이론에 근거해 보면, 자아정체성은 저마다 고유한 과정을 거치며 재구성되고, 수정되고, 유지된다(Erikson, 1959, 1968; Goffman, 1959; Marcia, 1966). 가상공간의 지평이 열린 후에도 자아정체성은 분열하고, 변화하고, 부유한다는 것이 선행연구를 통해 확인된 바 있다(Turkle, 2011). 자아정체성은 사회적 상황과 관계, 상호작용 등에 따라 변화할 수 있다는 것을 전제하며, 상징적 상호작용 이론과 고프만의 연극학적 이론에 근거해 네 가지 연구문제를 설정했다. 메타버스는 가상공간에 기초한 서비스이지만, 현실공간과 유사한 환경을 구축하여 이용자들에게 가상과 현실공간의 융합이라는 새로운 경험을 제공하고 있다. 기존연구에 근거해 메타버스에서도 이용자들이 자아정체성을 구성하고 있는지를 확인할 필요가 있다. 메타버스라는 새로운 가상공간에서 이용자들이 자아정체성을 구성하고 있는지, 구성된 자아정체성을 수정하거나 유지하고 있는지 등을 살펴보기 위해 연구문제 1을 설정했다.

**연구문제 1.** 메타버스 이용자는 메타버스를 하나의 무대로 생각하고 자아정체성을 구성·수정·유지하고 있는가?

다음으로, 메타버스에서 자아정체성을 구성하고 있는 이용자를 대상으로, 메타버스를 연극의 전면과 후면 중 어떤 곳으로 인식하고 행동하고 있는지를 살펴보았다. 고프만의 ‘연기하는 자아 이론’에 따르면 전면은 상호작용 과정에서 드러난 자아의 사회적 측면이며, 자아가 사회와 관계 맺는 방식이 드러나는 공간이다(박석철, 2010). 반면, 후면은 인상관리를 해야 할 대상이 없는 공간으로, 가면을 벗어던지고 자유롭게 행동할 수 있다. 가상공간에 들어가는 것은 후면 영역에 들

여기서 자유로운 역할 수행을 하는 것과 유사하며, 익명성으로 인해 미지의 상대들에게 자유롭게 행동할 수 있는 곳이다(김대균, 2012). 하지만 가상공간에서도 얼마든지 신원을 드러내고, 전략적으로 인상관리를 할 수 있다. 특정한 가치를 추구하는 방향으로 자기표현을 구현하고(김연정, 2005), 인상관리 차원에서 정보조절이 지속해서 일어나는 ‘전면’의 공간이기도 하다(김유정, 2008). 이전보다 가명성과 익명성 사이의 스펙트럼이 다양해진 메타버스에서는 어떠할까? 메타버스는 후면과 전면 영역이 융합된 공간으로 다양한 자아정체성이 유기적으로 연결되고 융합할 수 있는 곳이라 유추할 수 있다. 하지만 이에 대한 설명과 근거가 부족한 실정이다. 이를 알아보기 위해서는 메타버스 이용자들의 이용행태와 접근 방법, 일상적인 매개 경험 등을 파악하고 메타버스에서의 전면과 후면은 어떻게 구분되고 작동될 수 있는지 살펴야 한다. 이를 위해 연구문제 2를 설정했다.

**연구문제 2. 메타버스에서 자아정체성을 구성하고 있는 이용자는 메타버스를 ‘연극의 전면과 후면 중 어떤 곳으로 인식하고 행동하는가?’**

상징적 상호주의는 인간이 언어와 상징을 이용해 타인과 커뮤니케이션한다는 것에 기반을 둔다. 인간은 커뮤니케이션을 통해 상호작용하고, 타인과 커뮤니케이션하는 과정에서 자아를 발현한다(Goffman, 1959). 기술과 서비스의 혁신으로, 가상 커뮤니케이션이 면대면 커뮤니케이션을 점점 더 많이 대체할 수 있게 됐다(Carter, 2015). 최근의 미디어 환경은 가상공간의 활발한 상호작용 과정에 기여하고 있고, 이는 곧 이용자들이 자아의 표현행위를 구체화하는 데 적용될 수 있다. 특히 메타버스는 이전의 매체들과는 다르게 텍스트나 이미지, 동영상에 더해 ‘실시간 영상’이라는 요소가 결합한 공간이다. 이는 정보공유의 폭이 이전보다 넓어진 것, 그 이상을 의미한다. 인간은 효율적인 인상관리를 위해 언어적 표현은 물론, 이를 강화 혹은 보조하기 위한 웃음, 움직임, 눈 주시, 끄덕임, 손짓 등 비언어적 표현도 사용한다(McFarland et al., 2005). 기술의 발전으로 가상공간에서 상호작용할 수 있는 선택의 폭이 넓어지고, 적용 범위 또한 확대되면서 이용자들의 자기표현 방식이 현실과 가까워졌다(박성희, 2004). 현실 자아가 기술과 결합하면서 가상공간에 또 다른 자아의 표현 형태를 가져온 것이라 해석할 수 있다(이종윤·홍장선·윤주현, 2013). 제페토는 채팅과 음성을 통한 의사소통과 더불어 AR 기술을 이용해 실제 인간의 세분된 표정을 아바타에 구현했고, 아바타의 신체 동작 또한 다양하다(최은진·이영숙, 2021). 이용자는 아바타로 당당함, 부끄러움, 화남, 즐거움과 같은 감정 표현, 상대방을 가리키는 동작, 손가락으로 하트를 만드는 동작, 하품하는 동작에서부터 인기 아이돌 가수의 댄스를 따

라 하는 동작까지 수많은 표정과 몸짓을 통해 비언어적 의사소통을 할 수 있다. 메타버스는 새로운 미디어 매체일 뿐 아니라, 가상공간에서 실제 인간 커뮤니케이션에 가깝게 실행할 수 있는 수단까지 창조했다(나은영, 2006). 이에 메타버스의 ‘인간 커뮤니케이션 효과’ 특징이 메타버스에서의 자아정체성 표현과 인상관리에 정적 영향을 미치는지를 검증하기 위해 연구문제 3을 설정했다.

### 연구문제 3. 메타버스의 ‘인간 커뮤니케이션 효과’ 특징이 메타버스에서의 자아정체성 표현과 인상관리에 정적 영향을 미치는가?

고프만의 ‘연기하는 자아’ 이론은 면대면 상황에서의 상호작용에 주목한 것이지만, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 상황에도 적용할 수 있으며(Elliott, 2001), 다수의 연구가 고프만의 이론에 근거해 가상공간의 자아정체성을 분석했다(장현미, 2014). 리프킨(Rifkin, 2009)은 고프만의 연극이론이 인터넷 시대에도 적용되는 것을 넘어, 다양하게 활용될 수 있다고 말한다. 인터넷이 제공하는 가상의 공간에서 사람들은 ‘진정한 자아(true self)’를 연기할 수 있기 때문이다. 상대적 익명성으로 인해 사람들은 자신이 보여주고 싶은 대로 자신을 표현할 수 있다는 것이다. 장현미(2014)는 사회적 상호작용이 일어나는 인터넷 환경 속에서 이용자들이 의도하거나 의식하지 않은 채로 자신의 자아를 자연스럽게 표현할 수 있다고 했다. 그는 고프만의 관점을 토대로 새로운 상징적 상호작용을 제공하는 인터넷은 자아의 표현행위를 구체화하는 데 적용될 수 있을 것으로 보았다. 개인은 하나의 무대만 가지는 것이 아니라, 복수의 무대에서 각기 다른 관객을 대상으로 연기를 펼친다. 가정이나 직장, 모임 등 다양한 무대에서 가족과 동료, 친구들이라는 각기 다른 관객 앞에서 자신을 연출한다. 정보통신의 발전으로 이 무대가 현실공간에서 메타버스로 확장됐다.

아바타는 가상공간에서 자신을 드러내기 위한 마스크로 작동해 왔다(Donath, 2001). 가상공간에서의 아바타는 이용자의 도상적 재현을 위한 가상 신체(virtual body)라 정의할 수 있다(Featherstone & Burrows, 1995). 가상공간에서 아바타를 통해 자아정체성을 드러내고, 현실공간에서 표현하지 못한 자신의 정체성을 실험하고 가공하기도 한다. 온라인상에서 텍스트(text) 단위였던 아바타는 ‘디지털 쌍둥이(digital twins)’를 구현할 수 있는 단계로 진화하고 있다(한혜원, 2008). 특히 메타버스 플랫폼에서는 아바타 제작을 위해 그 어느 플랫폼보다도 다양한 도구를 제공할 뿐 아니라 가상의 세계에 현실을 재현해낼 수 있는 기능을 제공한다. 이는 곧 이용자의 측면에서 익명과 실명 사이의 스펙트럼이 더욱더 촘촘하고 다양해졌다는 것을 의미한다. 이에 메타버스의 ‘아바타를 통한 상호작용’, ‘샌드박스 극대화’ 특징이 메타버스에서의 자아

정체성 표현과 인상관리에 정적 영향을 미치는지 검증하기 위해 연구문제 4를 제시했다.

**연구문제 4.** 메타버스의 '아바타를 통한 상호작용', '샌드박스 극대화' 특징이 메타버스에서의 자아 정체성 표현과 인상관리에 정적 영향을 미치는가?

## 2) 자료수집

연구문제를 탐구하기 위해 제페토 이용자 15명을 대상으로 심층인터뷰를 진행했다(〈Table 3〉 참고). 상징적 상호주의이론의 대표적 학자 중 하나인 블러머(Blumer, 1986)는 가장 타당하고 바람직한 사회 연구는 질적 방법론에 의해 수행되어야 한다고 주장한 바 있다. 시드먼(Seidman, 2006)은 질적연구방법 중에서도 심층인터뷰가 타인의 경험을 깊이 있게 탐구함으로써, 경험에 내재한 의미를 이해할 수 있다고 말한다. 연구참여자의 경험을 들으며, 그들의 관점에서 경험의 세부 사항을 이해하고 이를 통해 심층성을 확보할 수 있다는 것이다. 자아정체성은 이용자의 주관적 판단이 강하게 작용하는 영역으로, 연구자가 설문지 및 관찰 등으로 포착하기에는 미묘하고 내적인 부분이 존재한다(전영국, 2017). 이에 본 연구에서도 메타버스 이용자의 자아정체성을 탐구하기 위해 심층인터뷰를 연구방법으로 선택했다.

심층인터뷰의 표집 방법은 연구참여자의 선정기준뿐 아니라, 적절성과 충분함을 고려한 표본추출의 원리에 근거해야 한다(Patton, 2014). 연구참여자 선정에 대해 근거이론에서 강조되는 이론적 표본추출(theoretical sampling)을 부분적으로 활용했다. 이론적 표본추출이란 이론을 생성하는데 적합한 대상자를 목적 표집하는 방법을 뜻한다(Glaser & Strauss, 2017). 본 논문은 상징적 상호작용이론을 바탕으로 메타버스 이용자의 자아정체성을 알아보는 데 목적을 두기 때문에 이론 생성이 아닌, 자료가 포화하고 정련화되며 설명하고자 하는 이론으로 통합될 때, 즉 이론적 포화도(theoretical saturation)가 충족될 때 자료 수집을 중단했다(Holloway & Wheeler, 2012). 이론적 표본추출 방법은 면담과 분석을 순환적으로 진행하여 분석한 결과에 따라 다음 참여자를 선정하는 방식이 반복적으로 수행되어야 한다(장혜영·송은옥, 2019). 이에 분석과 면담을 순환적으로 진행해, 연구 목적을 충분히 충족하고 적절한 설명을 끌어낼 수 있는 자료의 포화를 검증해 신뢰성을 확보했다.

연구참여자는 메타버스를 주 3시간 이상씩, 3개월 이상 이용한 이용자를 대상으로 모집했다. 학자마다 가상공간의 자아정체성 구성에 관한 견해는 다양하다. 가상과 현실공간의 자아정체성이 근본적으로 다르지 않다고 주장하는 학자가 있는가 하면(Baptista, 2003; Hongladarom, 2011), 가상과 현실공간의 정체성이 서로 영향을 주고받으며 탄력적으로 연결



되어 다중정체성을 형성한다고 주장하는 학자(박성희, 2004), 가상공간에 새로운 자아정체성이 생성된다고 주장하는 학자도 있다(Vaast, 2007). 가상과 현실공간의 자아정체성이 본질적으로 다르지 않다고 주장하는 학자들의 견해에 따르면, 가상공간의 자아정체성이 새롭게 형성되는 것이 아니므로 인터뷰 대상자를 선정하는 데 메타버스의 이용 기간에 제약을 둘 필요가 없다. 반면, 가상공간에서 새롭게 자아정체성이 생성되거나 현실공간의 것과 연합해 다중정체성을 형성한다는 선행연구에 따르면, 메타버스에 자아정체성이 구축되기까지 일정 시간 이상이 필요할 수 있으므로, 인터뷰 대상자를 선정할 때 일정 기간 이상을 보낸 이용자를 대상으로 선정해야 한다. 학자마다 견해가 상이하므로, 메타버스 이용 기간이 자아정체성 구축에 영향을 미칠 수 있다는 것을 전제하여 일정 기간의 이용 경험을 가진 이들을 대상으로 연구참여자를 선정했다. 하지만 가상공간에서 자아정체성이 어느 정도의 경험을 가진 시점에 발현되는지에 대한 기준이 명확하지 않고, 메타버스 이용자에 관한 연구도 극히 드물어 게임, SNS 등의 가상공간을 탐구한 연구를 참고해 빈도 주 3시간 이상, 기간 3개월 이상의 이용자를 인터뷰 대상자로 삼았다. 연구대상이 특정 상황에 한정되지 않도록 나이와 성별을 다양하게 고려했다.

인터뷰 참여자는 메타버스와 제페토 이용자가 활동하는 네이버 카페 ‘제페토 공식카페(가입자 28,000여 명)’와 페이스북 그룹 ‘메타버스 사용자 커뮤니티(가입자 5,400여 명)’에 모집 공고를 내어 표집했다. 모집에 앞서 연구윤리를 준수하기 위해 IRB 심의 절차를 통해 연구를 수행했다. 심층인터뷰는 연구참여자의 내적이고 은밀한 부분이 드러남으로 인하여 상처받거나 그가 속한 조직 또는 사회에 끼치는 영향에 따라 윤리적 이슈가 등장할 수 있다(김영천, 2008; Seidman, 2006). 이에 IRB 심의를 거치고, 면담으로 인해 발생할 수 있는 참여자의 불편함을 고려하기 위해 사전에 연구와 면담 방식, 참여자의 권리 등을 충분히 설명했다(Data & Silverman, 2011). 연구 대상으로 선정하는 데 있어서 이용 기간과 이용 빈도 외의 제한은 두지 않았으나 참여자 모두 30대 이하로만 구성했다. 이는 제페토 이용자 구성 자체가 10~30대로 이루어진 것을 반영한 결과이다. 인터뷰는 대면(face-to-face)과 이메일 방식을 병행했다. 대면 접근법을 기본으로 하나, 코로나19로 인해 상황이 여의찮을 때는 메일 인터뷰를 진행했다. 대면과 이메일 접근법으로 1차 인터뷰를 진행한 이후, 대상자 모두에게 2차 인터뷰를 실시했다. 인터뷰가 진행되는 동안 오픈형 질문에 따른 후속 질문과 대상자별 스토리 전개에 따라 질문의 순서가 바뀌기도 했다.

### 3) 인터뷰 내용 구성

10대부터 30대까지 세대별로 남녀 각 1명씩 총 6명을 대상으로 2022년 2월 1일과 2일 양일간

기초조사(pilot study)를 실시해 연구문제를 검증하고, 본 조사 질문 구성에 참고했다. 이를 바탕으로 최종 수정 보완을 거쳐 반 구조화된(semi-structured) 질문지를 활용해 심층인터뷰를 진행했다. 제페토는 10대 초반이 주 이용자로 꼽히고 있는 만큼, 예비조사를 통해 연구참여자가 연구의 중심 현상을 쉽게 이해할 수 있도록 면담 질문을 구성했다. 미리 준비한 구조화된 질문을 중심으로 면접을 진행했다. 그러나 인터뷰 대상자에 따라 더 풍부한 정보를 얻기 위해 개방형 질문을 함으로써 구조화된(structured) 질문 방식이 가지지 못하는 유연성을 획득하고 (Barriball & While, 1994), 연구참여자가 각각의 의견과 가치관을 제대로 반영될 수 있게 했다 (Data & Silverman, 2011).

질문지 내용은 연구 목적에 따라 크게 네 부분으로 나누었다. 먼저 인터뷰 대상자의 기본 인적 사항인 연령, 성별, 나이를 물었다. 두 번째로 제페토 이용 기간과 주별 평균 이용 시간(이용 빈도), 이용 동기와 지속 이용 의도에 관한 질문으로, “제페토를 시작하게 된 동기가 무엇입니까?”, “제페토로 주로 어떤 활동을 합니까?”, “제페토를 지속해서 이용하는 이유가 무엇입니까?” 등의 질문을 했다. 세 번째는 자아정체성과 관련한 질문으로, “제페토에 자아정체성이 존재합니까?”, “자아정체성이 존재한다면, 현실공간에서의 자아정체성과 차이가 있습니까?”, “제페토에서 자아정체성을 바꾸기도 하나요?”, “제페토에 계정이나 아바타가 2개 이상입니까? 왜 복수의 계정 혹은 아바타를 가지고 있습니까?”, “제페토 내의 커뮤니티(챗, 크루, 그룹, 모임 등)에 소속되어 있거나 지속해 소통하는 사람(팔로워, 친구 등)이 있나요?” 등의 질문을 제시했다. 마지막으로 메타버스 특징과 자아정체성 표현에 관한 문항들로서, “제페토의 아바타로 할 수 있는 여러 표정과 행동(제자리 뛰기, 박수 등), 음성 대화 등이 자신을 표현하고 드러내는 데 도움이 됩니까?”, “제페토 아바타의 체형, 얼굴, 스타일 등을 제작할 수 있는 기능이 자신을 표현하고 드러내는 데 도움이 됩니까?” 등을 물었다.

Table 3. Characteristics and Classification of In-depth Interviewees

Age	Sex(Age)	Period of Use / Hours of Use (average per week)	Motivation for use	Intention of Continuance Use	Classification Code
	Female(15)	6 months / 3 Hours	Popularity	Maximization of Sandbox	B
	Female(19)	3 years / 14 Hours	Recommendation from Someone	Maximization of Sandbox	C
10s	Male(17)	1 year / 19 Hours	Recommendation from Someone	Interaction Through an Avatar	D
	Female(16)	3 Months / 8 Hours	Popularity	Maximization of Sandbox	E

Age	Sex(Age)	Period of Use / Hours of Use (average per week)	Motivation for use	Intention of Continuance Use	Classification Code
	Female(14)	3 Months / 7 Hours	Advertisement	Interaction Through an Avatar	F
	Male(19)	6 Months / 6 Hours	Recommendation from Someone	Interaction Through an Avatar	G
	Male(14)	3 years / 15 Hours	Advertisement	Interaction Through an Avatar, Maximization of Sandbox	H
	Female(20)	1 year / 12 Hours	Recommendation from Someone	Interaction Through an Avatar, Creator Economy	K
	Male(22)	2 years / 12 Hours	Popularity	Interaction Through an Avatar, Creator Economy	L
20s	Female(20)	2 years / 60 Hours	Maximization of Sandbox	Maximization of Sandbox, Creator Economy	M
	Male(25)	4 Months / 21 Hours	Convergence with Physical Reality	Maximization of Sandbox, Communication in the Communities	N
	Female(25)	1 year / 3 Hours	Popularity	Interaction Through an Avatar	O
	Female(21)	3 years / 15 Hours	Maximization of Sandbox	Maximization of Sandbox	P
30s	Female(34)	6 Months / 5 Hours	Popularity	Creator Economy	Q
	Female(31)	6 Months / 5 Hours	Popularity	Maximization of Sandbox	R

## 4. 연구 결과

### 1) 메타버스와 자아정체성 구성

제페토에 자아정체성을 구성하고 있는지 물었을 때 15명 중 12명이 그렇다고 답변했고, 그렇지 않다고 답변한 연구참여자는 3명이었다. 연구참여자의 답변은 '이상향의 나(ideal self)'와 '현실의 나', '제3의 인물' 3가지로 범주화할 수 있었다. 먼저, '이상향의 나' 범주의 대상자들은 현실에서 실현하고 싶은 모습이나 행동을 제페토에서 실현함으로써 자신이 되고 싶은 이상적인 자아정체성을 구성하고 있었다. 자신이 원하는 얼굴이나 체형, 스타일을 구현하거나 현실에서는 도달하기 힘든 목표를 쉽게 달성해 나가며 자신이 이상적으로 생각하는 이상향의 자아정체성을 구성하고 있었다. 이들은 단순히 외면적으로 이상적인 아바타를 꾸미고 행동하기보다는, 자신의 기준과 취향을 반영해 '자신이 되고 싶은 나'의 모습을 아바타에 반영하고 있었다. 다음으로, '현실의 나' 범주의 대상자들은 제페토에서 현실공간과 다를 바 없는 자아정체성을 구성하고 있다고 답변했다. 이들은 실제로 자기 자신과 거의 비슷한 자아를 메타버스에서 재현하고 있으며, 말투나 행동도 현실과 크게 다를 것이 없다고 답했다. 이들은 제페토를 이용하는 것은 결국, 자기 자신이기

때문에 자신이 당연히 투영될 수밖에 없다고 말한다. 물론 제페토에서 자신을 똑같이 구현하는 데에는 한계가 있지만, 자신의 취향을 반영하고 자신이 아바타를 조작하기 때문에 자아정체성이 반영된다는 것이다. 마지막으로 '제3의 인물' 범주의 답변이다. 이들은 제페토에 자신의 자아정체성을 구성하지 않고 있으며, 자아정체성을 구성하거나 투과하려는 의도도 없다고 답했다. '이상향의 나' 범주의 대상자들처럼 이들 또한, 아바타를 자신이 생각하는 이상적인 모습으로 구성하는 경우도 있었으나, 이러한 행동이 자아정체성의 반영이라기보다는 '인형 놀이'와 같다고 답했다. 제페토에서 활동하는 것은 자신이지만, 아바타를 통해 자신과는 전혀 관련이 없는 '제3의 인물'을 설정하고 인형 놀이하듯이 플레이한다고 말했다.

Table 4. Research Question 1 Answer Summaries

Category	Interviewee Answers	Classification Code
ideal self	My self-identity also exists in ZEPETO. However, I can say that I am closer to the person I want to become. The avatar's face and body shape are similar to mine, but I made it prettier.	C
	ZEPETO's self-identity is closer to the ideal I want to be than the real me. But, in a way, I think it is close to my true self-identity.	F
	I think my self-identity exists in it. Things that cannot be achieved in real life are easily reflected in the virtual world called the metaverse. I get to be who I want and achieve what I want on the metaverse, and I think this is close to the self-identity I really want.	K
	Self-identity exists in ZEPETO as well. ZEPETO's self-identity is close to the ideal self I want to be. From personality to appearance, I am reproducing the image I want.	L
	ZEPETO is a virtual world, but I communicate by creating the person I want to be. It's more satisfying than reality. It feels like the avatar is filling in the lack of reality.	M
	Like me, I think most of them are expressing the utopia they want to achieve through their avatars. I also decorate my avatar's face, body, fashion style, personality, and behavior close to my ideal image.	G
	I put on makeup that I cannot wear in the real world through my avatar. I'm trying to do things in the virtual world that I can't do in real life. It is close to me, but I think it expresses a more developed self.	D
I have my own identity in the metaverse. I show the body I want to show, I wear the clothes I want to wear through avatars. And I think it's like my real self-identity.	B	
real self	It's like the real me. It may not be exactly the same as in reality, but my tone, taste, and hobbies are expressed as avatars, so I can say that it's me.	E
	I think my identity exists. I can decorate a character that resembles (almost similar) to me. I can decorate it as I want, so it has to do with my self-identity.	R
	Some of my self-identity exists. I express myself in the virtual space and represent myself through the avatar.	O

	I think it reflects the identity of reality. After all, I am the one playing the avatar.	H
third person	I think I have no self-identity in ZEPETO. There are avatars that contain my ideals, but I think of them as avatars or characters in a virtual space rather than reflecting my self-identity. It's like playing with a doll.	P
	I think of the avatar as a model for wearing the items I made, rather than just another form of myself.	Q
	It does not reflect my self-identity or experiment with new identities and it doesn't affect my real self-identity.	N

자아정체성을 구성하고 있는 12명의 참여자에게 메타버스를 전면과 후면 중에 어떤 곳으로 인식하고 있는지, 어떠한 인상관리를 하고 있는지 물었다. 고프만의 연극이론에서 차용되는 가면의 개념이 메타버스 공간에서는 아바타로 치환될 수 있다. 메타버스를 '전면'으로 인식하고 활동하는 대상자는 자아정체성을 구성하고, 그 자아정체성에 맞는 인상관리를 지속해서 할 것이다. 반면, 메타버스를 '후면'으로 인식하는 인터뷰 대상자에게는 가면을 벗고 자아정체성을 실험할 수 있는 공간이자, 현실에서 도피해 자유롭게 행동할 수 있는 '기술적 무한한 가능성'의 영역일 것이다(Murphy, 2004). 이에 제페토에 복수의 계정을 가지고 활동하거나 복수의 아바타를 이용하고 있는지에 여부와 그 이유를 물음으로써 아바타를 가면으로 활용하고 있는지를 알아봤고, 아바타에 따라 자아정체성을 변경하거나 인상관리를 하는지를 물음으로써 메타버스를 전면과 후면 중 어떤 곳으로 인식하고 있는지를 살펴봤다.

인터뷰 대상자들의 답변은 메타버스를 연극이론 관점에서 '전면-후면', '전면', '후면' 3가지 범주로 구분할 수 있었다. 그중에서도 복수의 아바타 혹은 다른 계정을 가지고 '전면-후면'으로 인식하는 대상자가 많았는데 그 이유는 각기 달랐지만, 대부분 주로 쓰는 아바타 이외에 부계정을 통해 '자유롭게' 행동하기 위함이었다. 주로 이용하는 주계정에서는 팔로워, 크루, 친구 등 커뮤니티를 구축하고 이들과 지속해 의사소통하기 때문에 자신이 구축해놓은 자아정체성을 위해 인상관리를 끊임없이 해야 하지만, 부계정에서는 이와 같은 커뮤니티가 없었으므로 인상관리를 하지 않고 자유롭게 행동할 수 있다는 반응이었다. 인터뷰 대상자의 이와 같은 답변은 주계정의 아바타는 전면으로, 부계정의 아바타는 후면으로 인식하고 있음을 의미한다고 할 수 있다. 제페토를 '전면'으로만 인식하고 있는 대상자들 또한, 복수의 아바타나 계정을 가지고 있는 경우가 있었으나, 아바타의 커스터마이징(customizing)을 실험하는 등의 용도이지 자아정체성을 실험하는 도구는 아니었다. 이들은 주계정에서 한 번 구축한 자아정체성을 크게 바꾸지 않고 유지하고 있었다. 반면, '후면'으로 제페토를 인식하고 있는 대상자는 복수의 아바타를 가지고 있었으며, 인상관리를 하지 않고 있었다. 복수의 아바타 모두 자신의 자아정체성을 부여하고 있으나, 아바

타마다 자신이 가지고 있는 자아정체성을 다면적으로 반영했으며, 이 또한, 유지되기보다는 자유롭게 바뀐다고 말했다. '후면' 범주의 대상자가 '전면-후면'과 '전면' 범주 대상자와 다른 점은 지속해서 의사소통하고 있는 커뮤니티 혹은 타인이 없어, 영속적인 인상관리를 할 대상이 없었다는 점이였다.

제페토에서 지속해 의사소통하고 있는 타자가 존재하는 대상자는 제페토를 '전면'으로 인식하고 있었다는 점은 함의하는 바가 크다. 미드(1934)와 상징적 상호작용론을 주장한 학자들은 사회적 과정과 소통 측면에서 자아정체성을 설명해야 한다고 주장했다. 인간 상호작용의 주축은 소통이 자리 잡고 있다. 우리는 소통이란 과정을 통해 타인을 인식할 뿐 아니라, 나 자신을 인식한다. 이들은 제페토에서의 활동을 사회적 과정의 일부분으로 느끼고, 타인과의 소통을 통해 타인과 자신을 인식하고 있다고 볼 수 있다. '후면' 범주가 다른 범주와 구분되는 점도 지속해 의사소통하는 대상이 있는지에 따랐다는 점에서도 이러한 주장을 뒷받침한다고 볼 수 있다. 다수의 연구참여자에게 제페토는 현실공간과 마찬가지로 가면을 쓰고 인상관리를 할 수 있는 하나의 '전면'의 공간이었으며, 때로는 익명성을 기반으로 가면을 벗어던지고 '후면'으로 역할 하는 공간이었다. 하지만 이들은 전면과 후면 공간에서 소통하는 대상자들을 분명히 구분 짓고 있었다. 전면 공간에서 마주하는 타인에게 후면의 모습을 보이지 않고, 후면 공간에서 마주하는 대상자들에게 전면에서처럼 인상관리를 하지 않고 있었다.

Table 5. Research Question 2 Answer Summaries

Category	Interviewee Answers	Classification Code
front-back	I have two accounts, one is the main account and the other is used as a sub-account. The sub account is used to collect goods and send gifts to the main account or to experiment with different aspects. I think it could be said that the sub-account is used more freely.	B
	There is a separate ID for sub-accounts. Sub-accounts are not followed by real friends because no one knows that I have sub-accounts. I do things on the sub account that I don't do on the main account.	C
	In the main account, it seems that my self-identity does not change. I play ZEPETO to play with my friends, but only the space has changed, not the subject. But when I don't want to play with my friends and I want to do other things, I log in with a sub-account. In the sub-account, I don't talk to or do anything to other people; I just play games.	D
	I have two avatars, and sometimes I play dual roles. I made this because I wanted to set a different personality or create a different atmosphere for each avatar.	H
	I have two accounts. One account is for making money. As an	K

	influencer, I try to sell a lot of clothes I've made. I created another account because I wanted to use it more comfortably.	
	In the main account, the self-identity does not change. I log in and use the sub-account when I really want to use it comfortably.	O
	I have multiple avatars. I made this because I wanted to take a picture in a pose taken by several people at the 'Photo Booth'. But I don't think I change my self-identity every time I log in with different accounts.	E
	I have one avatar and one account. And I don't think I change my self-identity with my avatar.	F
front	There are no sub-accounts or other avatars and my self-identity does not change on ZEPETO.	G
	Once the custom of the avatar is modified, it is difficult to restore it, so I made another avatar for the custom. Although I am making small adjustments to what I think of as my 'utopia', it doesn't seem to change completely.	L
	I don't change my self-identity. In the beginning, I made another avatar and used it for custom practice, but now I don't use it anymore.	M
back	I have three avatars. All three avatars are decorated with different faces, and each avatar is freely used. I also apply a different side of myself to each avatar, and that also depends on the situation.	R

## 2) 메타버스 특징과 자기표현 및 인상관리

메타버스의 '인간 커뮤니케이션 효과' 특징이 자아정체성을 표현하고 인상관리를 하는 데 도움이 되는지 물었다. 제페토 이용자는 아바타로 당당함, 부끄러움, 화남, 즐거움과 같은 감정 표현뿐 아니라, 상대방을 가리키는 동작, 손가락으로 하트를 만드는 동작, 하품하는 동작에서부터 인기 아이돌 가수의 댄스를 따라 하는 동작까지 수많은 표정과 몸짓을 표현할 수 있다. 현실공간만큼 자유롭지는 않겠지만 음성과 텍스트 메시지로 언어적 의사소통을 하고, 아바타를 통해 표정을 짓고, 몸짓을 표현해 비언어적 의사소통도 과거보다 쉽게 할 수 있게 된 것이다. 정도의 차이는 있었지만, 실제로 모든 인터뷰 대상자가 메타버스의 '인간 커뮤니케이션 효과' 특징이 자아정체성을 표현하는 데 도움이 된다고 답했다. 이들의 답변은 '우위(탁월, uppermost)'로 범주화할 수 있었다. '우위' 범주로 명명한 이유는 대상자들이 다른 가상공간보다 제페토의 '인간 커뮤니케이션 효과' 특징이 자아정체성 표출에 도움 된다고 공통으로 답했기 때문이다. 자신의 감정이나 생각을 표현할 수 있는 표현 방법이 다양해 다른 가상공간보다 자아정체성을 드러내기가 더 쉬웠고, 표현하고자 하는 바를 분명히 표현할 수 있으므로 더 현실감이 느껴지고, 현실과의 괴리가 적어 자기 자신을 더 잘 드러낼 수 있다는 반응도 있었다. 특히 아바타의 다양한 몸짓과 표정이 자신을 표출하는 데 도움이 된다는 답변이 주를 이뤘다. 음성 채팅이 자아정체성 표현에 도움이 된다는 대상자도 있었는데, 목소리 톤이나 억양, 말투는 자신 고유의 것이니 음성 채팅 기능이 있어

자신을 잘 드러낼 수 있다고 답했다.

연구참여자들이 따르면 메타버스의 ‘인간 커뮤니케이션 효과’ 특징이 자기를 표현하고 인상 관리를 하는데 다른 가상공간보다 더욱 용이했다. 고프먼(1959)은 ‘자기표현’이란 자신의 인상을 다른 사람에게 전달하는 과정이라고 말했다. 주어진 상황과 대상에게 의도에 맞게 자신을 드러냄으로써 자신의 인상을 통제 또는 관리하는 것이다. 가상공간에서는 비언어적 요소와 같은 맥락적 단서가 배제되기 때문에(Walther & Burgoon, 1992), 실제의 모습보다는 선별적으로 지정되어 표현되는 나와의 거리가 먼 대상으로 인식되어 왔다(Joinson, 2001). 하지만 메타버스는 비언어적 요소가 이전보다 확보된 가상공간으로 도약하고 있다. 그간 가상공간에서의 실시간 의사소통은 텍스트나 음성, 2차원 이미지에 그쳤다면, 메타버스 환경에서는 실시간 영상과 제한적이지만 비언어적 표현이 가능하다는 점에서 ‘인간 커뮤니케이션 효과’에 한 걸음 더 가까워졌다고 할 수 있다. 그리고 이러한 특징이 이용자로 하여금 자기표현과 인상관리에 도움을 주고 있는 것이 확인됐다.

Table 6. Research Question 3 Answer Summaries

Category	Interviewee Answers	Classification Code
	I think the different gestures and facial expressions of the avatar are good for expressing myself and having conversations. ZEPETO's avatar is especially well presented compared to other games and social media.	B
	I joined the fashion crew. It is a community that shares information such as avatar makeup, styling, and item creation. The crew members often meet and talk on ZEPETO, and there is no difference at all from what we do in real life. I can make facial expressions, gestures, and chat, so there is no problem at all.	C
	Voice chatting is really speaking with my own voice, so I think this is the moment that best reveals my identity. My tone of voice, intonation, and my way of speaking are unique to me.	D
superior	It certainly has a wider range of expressions than in other games. I can express myself better in ZEPETO because I express myself through facial expressions and gestures.	E
	If you can only communicate by voice or text on social media without seeing the other person's face or body, ZEPETO can communicate while sitting, lying down, running, and making facial expressions with an avatar. There is not much difference from reality, so I think I can express myself better than in other media.	F
	You have more freedom of expression than in other games. But there are clear limits. Not quite like in reality.	G
	It can be said that it is easier to express one's identity than other games. I	H



have more freedom to express what I want to express than anywhere else.	
I can say that I am more comfortable expressing myself than on other platforms. In ZEPETO world, I can talk with my voice through voice chat. When I have a happy or sad day, I take pictures in the 'photo booth' and post them to the feed to communicate with people.	K
Exposing me has an advantage over other games. There are so many different poses and expressions that you can take as an avatar.	L
Other avatar games and chats have limitations, but in ZEPETO, those restrictions are fewer. I feel free to express myself that much.	M
There are many foreigners in ZEPETO. I'm not good at foreign languages, but I can play with foreigners just with facial expressions and gestures. I think it can be said that I can express myself to many people.	N
It is a space where I communicate in real time through my avatar, so I think it feels more realistic.	O
It definitely helps with self-expression. Compared to other media, it is easier to convey what you want to convey.	P
I don't know because I haven't played other games at all, but I think it's easy to express emotions because there are various motions.	Q
Video chatting is burdensome because I have to show my face, but with ZEPETO, I like that I can communicate with my avatar through gestures and facial expressions without having to do that. I have very little trouble talking and expressing myself on ZEPETO.	R

메타버스의 '아바타를 통한 상호작용', '샌드박스 극대화' 특징이 가상공간에서 자아정체성을 표현하고 인상관리를 하는 데 도움이 되는지를 살폈다. 대상자의 답변은 '우위', '제약', '초월' 3가지로 범주화할 수 있었다. '우위' 범주는 다른 가상공간보다 제페토의 '아바타를 통한 상호작용', '샌드박스 극대화' 특징이 자아정체성 표출에 도움 된다는 답변으로, 현실만큼 자아정체성 표현이 쉽지는 않지만, 과거의 가상공간 혹은 다른 가상공간보다 자신이 자유롭게 만든 제페토의 아바타가 자아정체성을 표출하는 데 도움 된다고 생각하고 있었다. 다음으로 '제약' 범주는 '아바타를 통한 상호작용', '샌드박스 극대화' 특징이 자기표현 혹은 인상관리에 그다지 도움이 되지 않는다고 답변했다. 아바타는 가상공간에서 자신을 대표하는 이미지이지만, 이미지가 자아정체성에서 차지하는 비중은 크지 않다고 생각해 아무리 자유롭게 아바타를 꾸밀 수 있다고 해도 자아정체성 표현에는 제약이 있다고 답했다. 마지막으로 '초월' 범주는 제페토 아바타를 통한 자아정체성 표현이 현실보다 더 쉽다는 것이다. 이들은 현실보다 제페토에 구축하고 표현하고 있는 자아정체성이 실제 자신의 자아정체성에 가깝다고 느끼고 있었다. 현실에서는 인종, 성별, 체형 등 신체를 떠나 자아를 표현할 수 없지만, 가상공간에서는 주어진 신체를 넘어 자아를 표출할 기회가 제공된다는 것이다. 한편으로, 현실에서는 자신의 감정 표현을 계속해서 관리하기가 어려운 데 반해 메타버스에서는 아바타라는 대상을 통해 의사소통하므로 자기 생각과 행동을 여과시킬

충분한 시간이 있다는 답변도 있었다.

이용자는 제페토를 통해서 가상공간에서 이전보다 더욱 자신과 닮은 혹은 자신이 원하는 바를 보다 구체적으로 표현한 아바타를 구현할 수 있게 됐다. 이용자는 아바타라는 가상 신체를 통해 가상공간에서 도상적 재현을 체험한다(Featherstone & Burrows, 1995). 다수의 연구에서 아바타를 통한 가상공간 활동이나 관계성은 이용자 자신을 투사한 것과 같은 효과를 낸다는 것을 밝혔다(Wolfendale, 2007; Bélisle & Bodur, 2010; Hooi & Cho, 2014). 반대로 이용자가 아바타를 통해 한 행동이 이용자의 자아정체성, 자아인식과 감정에 영향을 끼친다는 결과도 있다(Gentile et al., 2009; Greitemeyer & Osswald, 2010; Yoon & Vargas, 2014). 앞선 연구문제에서 다수의 대상자는 ‘이상향의 나’ 혹은 ‘현실의 나’를 아바타로 그리고 있음을 확인했다. 선행연구에서도 아바타 선택 시 자신과 닮은 인종, 성별, 얼굴, 체형 등을 고르는 경향이 있다는 점이 드러났다(Messinger, Ge, Stroulia, Lyons, Smirnov, & Bone, 2008; Wallace & Maryott, 2009). 이러한 경향은 아바타의 유대감과 연계가 된다. 서 외(Suh, Kim, & Suh, 2011)는 아바타가 이용자와 비슷해질수록 아바타에 대한 이용자의 애정, 유대감 등 긍정적 태도가 향상될 가능성이 높다고 말했다. 더하여 아바타가 실제의 자신과 자아일치성(self-congruity)이 높을수록 자아정체성 반영의 정도와 정서적 애착이 높다는 것을 실증적으로 검증했다. 제페토는 이용자가 원하는 아바타를 생성하고 꾸밀 수 있도록 자율성을 부여하고 있다. 아바타의 얼굴, 몸, 헤어스타일, 옷, 신발, 가방 등 아바타를 자유롭게 선택하고, 인공지능 얼굴인식 기능으로 이용자의 얼굴을 본뜬 아바타를 제작하거나 옷과 신발, 애완동물 등 각종 아이템을 제작할 수도 있다. ‘우위’와 ‘초월’ 범주의 답변을 살펴보았을 때, ‘아바타를 통한 상호작용, ‘샌드박스 극대화’ 특징이 자기표현과 인상관리에 긍정적 영향을 미친다고 할 수 있다.

Table 7. Research Question 4 Answer Summaries

Category	Interviewee Answers	Classification Code
	Being able to embody the image I want in detail, definitely helps to express my self-identity.	C
superior	If the avatar's clothes and body type are limited in other virtual spaces, ZEPETO can choose from a wide variety of clothes and body types, and users can easily create clothes. I think this part definitely makes self-expression easier.	H
	It's not as easy as expressing myself in real life, but I can say that it expresses a part of my self-identity. In particular, since how I coordinate is one of the ways to reveal my identity, it is easier to express my identity than in other virtual spaces.	K

	I think it's easier than other games. If the avatar's autonomy was low, it would have been more difficult for me to express or reveal myself.	L
	I think my self-identity is clearly revealed through my avatar. I express my thoughts through my avatar's timeline and feed, and I express my personality through styling. If you are limited to chatting in other virtual spaces, you can express yourself even more through ZEPETO.	M
	Considering the delicacy of customizing the face and body shape and the variety of items that can be purchased at the Creator Shop, I can express myself more freely than any other virtual space. As there are various kinds of self-expression, the expression of self-identity is also good.	N
	Because I can easily express what I want to express, I think I can express my identity better.	O
	From body shape to features, you can customize it in detail, so I can express a character that resembles me. Although it is prettier than me, I think my self-identity is expressed because of the resemblance.	P
	I am making my own fashion items. Decorating my avatar with items that fully reflects my taste, I think my self-identity can be expressed better.	Q
	Video chatting is burdensome because I have to show my face, but with ZEPETO, I don't have to worry. I can choose my own outfit much easier because I have tremendous of choice not like in reality.	R
restriction	I can create the image I want through the avatar, but it doesn't seem to help much in expressing my identity. I don't think the image plays a very important role in expressing one's identity.	G
	I'm a leader of my crew on ZEPETO. But Actually, I don't have much leadership in reality, but when I express myself through the avatar seems to be a little more extroverted and more active. I like that look. I think it was possible because it was an avatar. Because it was ZEPETO, I was able to convey the image I wanted to show.	D
transcendence	In ZEPETO, you can decorate your avatar as much as you want, and when you look at the avatar you decorate, you will once again confirm your taste by saying, 'Oh, I have this kind of taste.' I think I was able to get to know myself better and to know my self-identity better.	B
	The avatar isn't my face, it's the face I made up, right? I can do things on ZEPETO that I can't do in reality. So, sometimes I think that ZEPETO is closer to my real self-identity.	E
	With Instagram and Facebook, I can express who I am through my photos and videos, but I don't think that is the real me. I think what I really want to be through Avatar is my self-identity. Because I can express my real self, avatars are the best way to express my identity.	F

## 5. 결론

상징적 상호주의론에 기반해 메타버스, 특히 제페토 이용자의 자아정체성을 탐구했다. 먼저, 인터뷰 대상자 15명 중 12명이 메타버스를 하나의 무대로 생각하고 자아정체성을 구성·수정·유지

하고 있었다. 답변의 차이에 나이, 성별, 이용 기간, 이용동기 및 지속 이용 사유에 따른 구분이 없었다. 이들의 답변은 ‘이상향의 나’와 ‘현실의 나’, ‘제3의 인물’로 범주화할 수 있었다. ‘이상향의 나’ 범주의 대상자는 현실에서 실현하고 싶은 모습이나 행동을 제페토에서 실현함으로써 자신이 되고 싶은 이상적인 자아정체성을 구성하고 있다고 답변했으며, ‘현실의 나’ 범주의 대상자는 제페토에서 현실공간과 거의 차이가 없는 자아정체성을 구성하고 있다고 답변했다. 반면, ‘제3의 인물’ 범주의 대상자는 제페토에 자아정체성을 구성한 적이 없으며, 인형 놀이처럼 자신과는 전혀 다른 대상으로 생각한다고 답변했다. 다음으로, 제페토에서 자아정체성을 구성하고 있는 ‘이상향의 나’, ‘현실의 나’ 범주의 대상자에게 메타버스를 전면과 후면 중 어떤 곳으로 인식하고 있는지, 어떠한 인상관리를 하고 있는지 물었다. 이들의 답변은 ‘전면-후면’, ‘전면’, ‘후면’ 3가지 범주로 구분할 수 있었는데, 이들 답변에는 나이, 성별, 이용 기간, 이용동기 및 지속 이용 사유에 따른 구분은 없었지만, ‘지속해서 소통하는 타인’이 있다고 물었을 때 그 유무에 따라 차이가 나타났다. ‘전면-후면’, ‘전면’ 범주의 대상자는 친구, 지인, 팔로워 등 지속해서 소통하는 대상이 있었지만, ‘후면’의 대상자는 그러한 사람이 없다고 답변했다. ‘전면-후면’ 대상자는 제페토를 전면과 후면, 두 공간 모두로 인식하고 있었다. 하지만 이들이 다른 아바타나 계정을 통해 전면과 후면 공간을 분명하게 구분하고 있었다는 점은 합의하는 바가 크다. 상징적 상호주의에 입각하면, 자아정체성은 사회적 과정과 소통 측면에서 형성되고 수정되고 유지된다. 지속해서 소통하는 대상자가 있는 전면에서는 인상관리를 끊임없이 하지만, 그런 대상자가 없는 후면인 부계정이나 부아바타로 활동할 때는 인상관리를 하지 않고 자유롭게 행동했다. 이는 ‘전면’ 범주의 대상자가 자아정체성을 바꾸지 않고 지속해서 인상관리를 하는 것과 ‘후면’ 범주 대상자가 지속해서 소통하는 타인이 없었다는 점과 궤를 같이한다고 할 수 있다.

이어, 메타버스의 ‘인간 커뮤니케이션 효과’ 특성과 ‘아바타를 통한 상호작용’ 특성이 자기표현과 인상관리에 도움을 주는지 살펴보았다. 전자의 특성은 인터뷰 대상자 15명 모두, ‘우위’로 범주화할 수 있었다. 제페토에서는 문자, 음성 채팅과 같은 언어적 소통과 표정, 몸짓 등과 같은 비언어적 소통을 할 수 있으므로, 자기표현과 인상관리를 하는 데 다른 가상공간보다 훨씬 쉽다고 답변했다. 특히 실시간 영상을 통한 커뮤니케이션 방식은 이전의 가상공간보다 한층 진화된 형태라 할 수 있겠다. 물론, 화상채팅과 같은 실시간 영상 커뮤니케이션이 있었지만, 신체 일부만 드러난다는 점과 함께 익명성을 획득하기는 어렵다는 한계가 있다. 메타버스가 이러한 점을 극복하는, 실시간 영상 채널로서 기능하고 있다는 것을 확인할 수 있었다. ‘아바타를 통한 상호작용’ 특성이 자기표현과 인상관리에 도움을 주는지에 대한 답변은 ‘우위’, ‘제약’, ‘초월’ 3가지로 범주화할 수 있었다. ‘우위’ 범주는 다른 가상공간보다 제페토가 자기표현과 인상관리를 하는데 더 우

위에 있다는 답변, '제약은 아무리 아바타를 통해 자신을 드러낸다고 하더라도 가상공간상의 이미지에 머물기 때문에 그다지 자기표현과 인상관리에 도움이 되지 않는다는' 답변, '초월'은 신체를 초월해 자아를 표출할 수 있다는 점에서 현실공간보다 자기표현과 인상관리가 쉽다는 답변이었다. '우위'와 '초월' 범주 대상자들은 제페토 아바타의 얼굴과 체형, 스타일 등을 자유자재로 꾸미고 표현할 수 있다는 점에서 자아정체성 표현이 용이하다고 공통으로 말했다. 이는 아바타와 자신의 자아 일치성이 높을수록 자아정체성의 반영 정도와 정서적 애착이 높다는 선행연구와 부합하는 결과라 할 수 있다. 대상자의 다수가 '이상향의 나' 혹은 '현실의 나'라는 자아정체성을 구성하고 있고, 이들은 제페토에서 자신과 닮은 혹은 자신이 표현하고자 하는 아바타를 이전보다 분명히 표현하고 자기표현과 인상관리에 편리함을 느끼고 있었다.

현대인의 삶에서 가상이 차지하는 영역이 점차 커지면서 연구의 초점도 가상공간이 자아정체성의 위기를 불러일으킨다는 부정적 측면, 현실공간에서보다도 더 진정한 자아를 발견할 수 있다고 보는 긍정적 측면에서부터 이중 혹은 다중 자아정체성, 페르소나 등으로 이어지며 다양한 측면에서의 논의가 쏟아져 나왔다. 더욱 최근의 연구에서는, 가상공간에서 실명을 드러낼 방법이 향상되면서 전면의 역할이 확장되는 측면을 살펴보는 연구도 활발했다. 본 연구는 메타버스가 전면과 후면의 역할을 동시에 할 수 있는 공간임을 밝혔다. 인터뷰 대상자 다수가 전면과 후면의 영역을 현실공간과 마찬가지로 분명히 구분하고 있었고, 그 차이는 지속해 소통하는 타인이 존재하는가에 따라왔다. 이는 메타버스에서도 상징적 상호작용이론이 적용될 수 있는 근거라 할 수 있다. 즉, 가상의 공간이라고 할지라도 현실공간과 다름없이, 소통을 통해 자신의 정체성을 확립하고, 관계를 맺은 대상자에게 지속해서 인상관리를 통해 자기표현을 하고 있었기 때문이다. 나아가 메타버스에서의 자아정체성이 현실공간보다 진실한 자아라고 느낀다거나, 신체와 사회적 지위를 벗어나 인상관리와 자기표현이 더욱 편리하다고 느낀다는 대상자도 있었다. 이러한 점은 메타버스가 한낱 인기로 저물지 않을 수도 있다는 점을 암시한다. 메타버스는 현재 코로나19 확산으로 인해 그 효용성보다 더 많은 관심을 받았다거나 기업들의 마케팅 도구로 전락할 것이라는 등의 비판과 의구심을 받고 있다. 하지만 Z세대를 필두로 많은 이들이 이용하는 서비스인 것은 사실이다. 메타버스를 향한 관심이 앞으로도 지속할 것이라 단언하기는 어렵겠지만, 본 연구의 대상자와 같이 메타버스에서 진정한 자신을 마주할 수 있고, 현실보다 메타버스에서 관계 형성이 용이하다고 생각하는 이용자가 많아질수록 그 가능성은 더욱 커질 것이다.

그렇다면 메타버스 이용자의 자아정체성은 기존의 가상공간과 비교하여 어떠한 차이가 있는지는 중요한 질문이 남는다. 우선 메타버스 유형과 조작적 특징을 다시 한번 되짚어 본다. 가상세계(virtual worlds) 유형에 있어 특히 '인간 커뮤니케이션 효과'와 '샌드박스 극대화', '현실

세계와의 융합' 특징은 메타버스라는 가상공간에서 극대화된다. 연구참여자 전원은 메타버스의 '인간 커뮤니케이션 효과' 특징이 다른 가상공간보다 자기를 표현하고 인상을 관리하는 데 도움이 된다고 답변했다. 현실공간만큼 자유롭지는 않지만, 음성이나 문자로만 대화할 수 있는 가상공간보다 제스처, 표정 등을 통해 자신이 전달하고자 하는 바를 더욱 쉽게 표현할 수 있다는 것이다. 즉, 메타버스는 다른 가상공간과 비교하여 '인간 커뮤니케이션 효과'를 극대화하는 공간이며, 이에 따라 이용자는 자기표현과 인상관리를 더욱 용이하게 할 수 있는 공간인 것이다. 또한, '샌드박스 극대화' 특징을 통해 이용자는 다른 가상공간보다 더욱 자신과 닮은 혹은 자신이 원하는 바를 보다 구체적으로 표현한 아바타를 구현할 수 있게 됐다. 제페토 스튜디오는 모델링, 맵핑, 리깅, 마스크링 등의 기능을 제공해 이용자가 원하는 아바타의 얼굴, 옷, 헤어스타일을 표현할 수 있는 환경을 구축하고 있다. 실제로 연구참여자들은 자신이 원하는 모습을 다른 가상공간보다 세밀하게 구현하는 것이 자아정체성 표현에 도움이 된다고 답했다. 나아가 메타버스에서의 자아정체성이 현실공간의 것보다 더욱 '진짜' 자신의 모습이라 생각하는 참여자도 있었다. 현실공간에서 제약으로 작용했던 점들이 메타버스가 가지고 있는 특징으로 인해 사라지면서, 새로운 자아정체성을 발견하고 실현하고 있었다. 이를 통해 메타버스 이용자는 여타의 가상공간과 비교하여 자기표현과 인상관리를 보다 용이하게 하며, 메타버스 내에서 자아정체성을 더욱 분명히 확립할 가능성이 있다는 점을 확인했다.

개별 자아가 발현되는 공간이라는 측면에서 가상공간은 인간의 일상적인 물리적 사회 공간과 매우 유사해지는 면모를 보이고 있다. 이에 본 연구는 가상공간 그리고 자아정체성에 관한 이전 연구를 분석하고, 상징적 상호주의 이론에 근거해 메타버스에서의 자아정체성을 탐구해 보았다. 메타버스 이용자는 메타버스를 연극의 전면과 후면 중 어떤 곳으로 인식하고 행동하고 있는지, 메타버스 특징이 자기표현과 인상관리에 어떠한 영향을 미치고 있는지 등을 검증한 결과는 향후 메타버스 시장 발전에 있어 시사점을 제공하고, 메타버스의 미래를 보다 명확하게 예측하고, 효과적인 개입과 서비스 방법을 찾는 데 도움을 줄 것으로 예상된다. 하지만 본 연구는 다음과 같은 한계를 지니고 있다. 첫째, 메타버스 중에서도 제페토를 연구대상으로 한정했다는 점이다. 메타버스 정의와 특징에 대한 완전한 협의가 이뤄지지 않아, 연구자 스스로 조작적 정의 및 특징을 내렸다. 이에 근거해 메타버스와 관련한 선행연구에서 빈번하게 언급되었던 서비스 중 하나를 연구대상으로 삼았다. 이는 본 연구 결과가 모든 메타버스를 대표하는 내용이라고 단정하기 어렵다는 점을 보여준다. 둘째, 연구참여자의 인구학적 특성에 다양성이 부족하다는 점이다. 불특정 다수로 연구 대상자를 모집하였지만, Z세대와 밀레니얼 세대가 주된 연구 대상자였다. 이는 제페토의 이용자의 대부분이 이들 세대인 결과일 수도 있으나, 이용자 전체를 대표하는데 무

리가 있을 수 있다. 향후 연구에서 연구대상의 나이와 성별, 지역 등을 다양화해 표본의 대표성을 키울 필요가 있다. 셋째, 메타버스 이용자의 자아정체성이 다른 가상공간과 차이가 있다는 점은 밝히고 있지만, 그 차이의 정도를 분명히 확보하지 못했다. 추후의 연구에서는 양적 탐구가 필요할 것으로 보인다. 넷째, ‘현실세계와의 융합’ 특징이 이용자 자아정체성에 어떠한 영향을 주는지 밝히지 못했다. 메타버스 특징이 융합적으로 발현되는 ‘현실세계와의 융합’ 특징이 가져오는 영향에 주목해야 했지만 그러지 못했다. 후행 연구에서는 이러한 점에 더욱 주목한 연구 결과가 나오기를 기대한다.

## References

- Adler, P. A., & Adler, P. (2008). The cyber worlds of self-injurers: Deviant communities, relationships, and selves. *Symbolic Interaction, 31*(1), 33-56.
- Bakardjieva, M. (2005). *Internet society: The Internet in everyday life*. California: Sage.
- Baptista, L. C. (2003). Framing and cognition. In A. J. Treviño (Ed.), *Goffman's legacy*. New York: Rowman & Littlefield, 197-215.
- Barriball, K. L., & While, A. (1994). Collecting data using a semi-structured interview: A discussion paper. *Journal of Advanced Nursing-Institutional Subscription, 19*(2), 328-335.
- Bélisle, J. F., & Bodur, H. O. (2010). Avatars as information: Perception of consumers based on their avatars in virtual worlds. *Psychology & Marketing, 27*(8), 741-765.
- Bessièrè, K., Seay, A. F., & Kiesler, S. (2007). The ideal elf: Identity exploration in World of Warcraft. *Cyberpsychology & Behavior, 10*(4), 530-535.
- Blumer, H. (1986). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. California: Univ of California Press.
- Bowman, T. D. (2010, February). *Backstage or front stage with YouTube*. Paper presented at iConference 2010, Urbana-Champaign, IL.
- Bullingham, L., & Vasconcelos, A. C. (2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science, 39*(1), 101-112.
- Carter, R. (2015). *Language and creativity: The art of common talk*. London: Routledge.
- Chae, S. (2020, 6, 15). *I in 3 people in their 20s "Animal Forest, Own"... Switch open hot*. <Bloter>. Retrieved 11/1/21 from <https://www.bloter.net/newsView/blt202006150008>
- Choi, E., & Lee, Y. (2021). A study on the planning of Minhwa museum utilizing the metaverse platform: Focusing on Zepeto case. *Journal of Korea Game Society, 21*(6), 63-74.
- Choi, S., & Um, I. (2006). Impression management and information control in "Cyworld". *Information Society & Media, 10*, 1-30.
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Scribners.
- Coulmas, F. (2019). *Identity: A very short introduction* (Vol. 593). Oxford: Oxford University Press.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science, 32*(5), 554-571.
- Data, I. Q., & Silverman, D. (2011). *A guide to the principles of qualitative research*. California: Sage.



- Dewey, J. (1930) *Individualism: Old and new*. New York: Milton Balch & Company.
- Donath, J. (2001, August). *Mediated faces*. Paper presented at International Conference on Cognitive Technology, Coventry, UK..
- Elliott, A. (2001). *Concepts of the self*. Cambridge: Polity Press.
- Erikson, E. H. (1959). Theory of identity development. In E. Erikson (Ed.), *Identity and the life cycle*. Nueva York: International Universities Press, 42-57.
- Erikson, E. H. (1968). On the nature of psycho-historical evidence: In search of Gandhi. *Daedalus*, 97(3), 695-730.
- Featherstone, M., & Burrows, R. (1995). Cultures of technological embodiment: An introduction. *Body & Society*, 1(3-4), 1-19.
- Gabbiadini, A., & Greitemeyer, T. (2017). Uncovering the association between strategy video games and self-regulation: A correlational study. *Personality and Individual Differences*, 104, 129-136.
- Gee, J. P. (2003). What video games have to teach us about learning and literacy. *Computers in Entertainment*, 1(1), 20.
- Gentile, D. A., Anderson, C. A., Yukawa, S., Ihori, N., Saleem, M., Ming, L. K., & Sakamoto, A. (2009). The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: International evidence from correlational, longitudinal, and experimental studies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(6), 752-763.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1959). The moral career of the mental patient. *Psychiatry*, 22(2), 123-142.
- Greitemeyer, T., & Osswald, S. (2010). Effects of prosocial video games on prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(2), 211.
- Griebel, T. (2006). Self-portrayal in a simulated life: Projecting personality and values in The Sims 2. *Game Studies*, 6(1).
- Han, H. W. (2008). A study on typology of virtual world and its development in metaverse. *Journal of Digital Contents Society*, 9(2), 317-323.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (2012). *Qualitative research in nursing and healthcare* (3rd ed.). Oxford: Blackwell Publishing.
- Hongladarom, S. (2011). Personal identity and the self in the online and offline world. *Minds and Machines*,

21(4), 533-548.

- Hooi, R., & Cho, H. (2014). Avatar-driven self-disclosure: The virtual me is the actual me. *Computers in Human Behavior*, 39, 20-28.
- James, W. (1890). The perception of reality. *Principles of Psychology*, 2, 283-324.
- Jang, H. (2014). The effects of SNS writing on empathic experiences and prosocial behavior : Focusing on Facebook users. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(3), 5-35.
- Jang, H., & Song, E. (2019). Analysis of Qualitative Research Published in Nursing Journals in a Recent 10-year Period: Focused on JKAN and ANR. *J Qual Res*, 20(2), 100-112.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York: New York University Press.
- Jeong, B. (2010). Humanistic approach of mind and body on cyberspace. *The Journal of Humanities*, 17, 329-366.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 177-192.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. *Psychological Perspectives on the Self*, 1(1), 231-262.
- Jordan, T. (2002). *Cyberpower: The culture and politics of cyberspace and the Internet*. London: Routledge.
- Jun, Y. (2017). Comparative review study between interview and in-depth interview for qualitative research. *The Journal of Yeolin Education*, 25(1), 147-168.
- Kim, D. (2012). A study on self identity in cyberspace. *Journal of Korean Ethics Studies*, 86, 219-242.
- Kim, J. (2008). Self-recognition in cyberspace and performing the multiple identity. *Korean Journal of Social Theory*, 33, 201-247.
- Kim, J. (2021, 10, 25). "The future of the metaverse is OOOOO"... The future of ZEPETO. *Joongangilbo*. Retrieved 2/3/22 from <https://www.joongang.co.kr/article/25000145#home>
- Kim, J., & Song, S. (2011). An analysis on discourses of SIMS2 players in Korea. *Journal of Korea Game Society*, 11(5), 53-65.
- Kim, S. (2018). Cyberself as transhumanism. *Studies in Philosophy East-West*, 90, 517-542.
- Kim, S. (2021). Theoretical research for the study of popular culture consumers' trans-boundary selves : from Mead's intersubjective self to online multiple selves. *Humanities Contents*, 60, 9-32.
- Kim, Y. (2004). Everyday practice of mobile technologies cyber mobility and belonging. *Media & Society*, 12(3), 55-89.

- Kim, Y. (2005). Exploring values of blog users - Using laddering technique. *Advertising Research*, 68, 9-35.
- Kim, Y. (2008a). *Qualitative research : Bricoleur*. Seoul: Moonumsa.
- Kim, Y. (2008b). Web self-disclosure. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(6), 78-99.
- Ko, C. (2005). The ontology of cyber world : An analysis on ontological relation of virtuality·actuality·reality and a comparison with another worlds. *Journal of Korean Philosophical Society*, 93, 1-25.
- Ko, S., Chung, H., Kim, J., & Shin, Y. (2021). A study on the typology and advancement of cultural leisure-based metaverse. *KIPS Transactions on Software and Data Engineering*, 10(8), 331-338.
- Lee, B. (2021). The metaverse world and our future. *The Korea Contents Association Review*, 19(1), 13-17.
- Lee, J. (2021). A legal study on the effectiveness and legal issues of metaverse for future generations. *The Law Research Institute of Hongik Univ.*, 22(3), 49-82.
- Lee, J., Hong, J., & Eune, J. (2013). A study on the types of multiple identity based on KakaoTalk profile images. *Archives of Design Research*, 26(4), 181-204.
- Lee, S. (2021). Log in metaverse: Human × space × time revolution(IS-115). Seongnam: Software Policy Research Institute.
- Lee, S., Han, J., & Ha, H. (2014). Presentation of self and impression management in Facebook. *Korean Journal of Social Theory*, 46, 293-335.
- Lim, J. (2011). The mode of life in actual-virtual convergence age. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 28(2), 53-98.
- Lim, T., Yang, E., Kim, K., & Ryu, J. (2021). A study on user experience analysis of high school career education program using metaverse. *Journal of Learner-centered Curriculum and Instruction*, 21(15), 679-695.
- Lyles, T. (2020, 7, 21). Over half of US kids are playing Roblox, and it's about to host Fortnite-esque virtual parties too. *The Verge*. Retrieved 11/1/21 from <https://www.theverge.com/2020/7/21/21333431/roblox-over-half-of-us-kids-playing-virtual-parties-fortnite>
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551.
- McFarland, L. A., Yun, G. J., Harold, C. M., Viera, Jr. L., & Moore, L. G. (2005). An examination of impression management use and effectiveness across assessment center exercises: The role of

- competency demands. *Personnel Psychology*, 58, 949-980.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society* (Vol. 111). Chicago: University of Chicago press.
- Mennecke, B. E., Triplett, J. L., Hassall, L. M., Conde, Z. J., & Heer, R. (2011). An examination of a theory of embodied social presence in virtual worlds. *Decision Sciences*, 42(2), 413-450.
- Merola, N., & Peña, J. (2009). The effects of avatar appearance in virtual worlds. *Journal for Virtual Worlds Research*, 2(5).
- Messinger, P. R., Ge, X., Stroulia, E., Lyons, K., Smirnov, K., & Bone, M. (2008). On the relationship between my avatar and myself. *Journal For Virtual Worlds Research*, 1(2).
- Murphy, G. (2004). *The big book of concepts*. Massachusetts: MIT Press.
- Na, E. (2006). Internet communication: Anonymity, interactivity and group polarization. *Communication Theories*, 2(1), 93-127.
- Nunes, M. (2006). *Cyberspaces of everyday life* (Vol. 19). Minnesota: U of Minnesota Press.
- Oh, Y. (2021). *The metaverse is coming again*. Retrieved 1/15/22 from <https://aihub.or.kr/node/23710>
- Park, D. (2010). Articles : A study on identity in cyber-community. *Journal of Korean Ethics Studies*, 79, 133-159.
- Park, H. (2016). A study on the characteristics of new generation with life style - Focus on Generation Z -. *Journal of Humanities and Social Science*, 7(6), 753-767.
- Park, S. (2004). From deviance To normality : Avatars as agent of self in cyberspace. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 48(5), 375-405.
- Park, S. (2005). Self identity and Internet community site using behavior. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 61, 255-285.
- Park, S. (2010). A mediated experience of instant messenger. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 27(1), 5-51.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. California: Sage.
- Pearson, E. (2009). All the World Wide Web's a stage: The performance of identity in online social networks. *First Monday*, 14(3).
- Persson, A. (2012). Front-and backstage in social media. *Language, Discourse & Society*, 1(2), 11-31.
- Rhee, H. (2021a). Expanded role of empathy in metaverse environment where AI is applied. *Journal of The Korea Contents Association*, 21(11), 87-99.

- Rhee, H. (2021b). Necessity of establishing new concept of empathy across metaverse for AI era. *Journal of Korea Game Society*, 21(3), 79-89.
- Rifkin, J. (2009). *The empathic civilization: The race to global consciousness in a world in crisis*. London: Penguin.
- Ryan, M. L. (2015). *Narrative as virtual reality 2*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. New York: Teachers college press.
- Shin, K., Jo, M., & Yang, J. (2004). *Qualitative research*. Seoul: Ewha Womans University Press.
- Sifa, R., Srikanth, S., Drachen, A., Ojeda, C., & Bauckhage, C. (2016, September). Predicting retention in sandbox games with tensor factorization-based representation learning. *2016 IEEE Conference on Computational Intelligence and Games*, 1-8.
- Smart, J. M., Cascio, J., & Paffendorf, J. (2007). *Metaverse roadmap overview*. CA: Acceleration Studies Foundation.
- Song, D., (2019). Critical Analysis of Gaming Disorder/Addiction Researches on Neuroimages, Measurement Tools, and Research Processes. *Journal of Korea Game Society*, 19(1), 135-145.
- Song, W., & Chung, D. (2021). Explication and rational conceptualization of metaverse. *Informatization Policy*, 28(3), 3-22.
- Suh, K. S., Kim, H., & Suh, E. K. (2011). What if your avatar looks like you? Dual-congruity perspectives for avatar use. *MIS Quarterly*, 35(3), 711-729.
- The Learning Network (2020, 6, 19). How animal crossing will save Gen Z. *The New York Times*. Retrieved 11/1/21 from <https://www.nytimes.com/2020/06/17/learning/how-animal-crossing-will-save-gen-z.html>
- Thompson, C. (2016, 4, 14). The Minecraft generation. *The New York Times*. Retrieved 11/1/21 from <https://www.nytimes.com/2016/04/17/magazine/the-minecraft-generation.html>
- Tilak, S., Glassman, M., Kuznetcova, I., Peri, J., Wang, Q., Wen, Z., & Walling, A. (2020). Multi-User Virtual Environments (MUVes) as alternative lifeworlds: Transformative learning in cyberspace. *Journal of Transformative Education*, 18(4), 310-337.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Touchstone.
- Turkle, S. (2011). *Life on the screen*. New York: Simon and Schuster.
- Vaast, E. (2007). Playing with masks: Fragmentation and continuity in the presentation of self in an occupational online forum. *Information Technology & People*, 20(4), 334-351.

- Wallace, P., & Maryott, J. (2009). The impact of avatar self-representation on collaboration in virtual worlds. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(5).
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 19(1), 50-88.
- Whang, S., Kim, J., & Cho, H. (2008). Self and community experience in cyber space: The evolution of social networking in Cyworld. *The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 9(2), 285-303.
- Wolfendale, J. (2007). My avatar, my self: Virtual harm and attachment. *Ethics and Information Technology*, 9(2), 111-119.
- Yoon, G., & Vargas, P. T. (2014). Know thy avatar: The unintended effect of virtual-self representation on behavior. *Psychological Science*, 25(4), 1043-1045.
- Yoon, M., & Son, S. (2015). Social network and identity play : On Twitter Bot. *Korean Journal of Cultural Sociology*, 18, 287-328.
- Yu, J. (2021). Metaverse, a space that opens 'business expansion' and 'innovation'. *Webzine Munhwagwangwang*. Retrieved 1/15/22 from [http://www.kcti.re.kr/webzine2/webzineView.action?issue\\_count=121&menu\\_seq=3&board\\_seq=1](http://www.kcti.re.kr/webzine2/webzineView.action?issue_count=121&menu_seq=3&board_seq=1)
- Zepeto Homepage(2022). Retrieved 3/26/22 from <https://zepeto.me/>

최초 투고일 2022년 04월 08일  
게재 확정일 2022년 06월 01일  
논문 수정일 2022년 06월 12일

## 부록 I

- 고선영·정한균·김종인·신용태 (2021). 문화 여가 중심의 메타버스 유형 및 발전 방향 연구. <정보처리학회논문지: 소프트웨어 및 데이터 공학>, 10권 8호, 331-338.
- 고창택 (2005). 사이버세계의 존재론: 가상·현실·실재의 존재론적 관계 분석 및 다른 세계들과의 비교를 중심으로. <철학연구>, 93권, 1-25.
- 김대군 (2012). 사이버 공간에서의 자아정체성 확립 방안. <윤리연구>, 86권, 219-242.
- 김성수 (2018). 트랜스휴머니즘으로서의 사이버자아. <동서철학연구>, 90권, 517-542.
- 김소영 (2021). 대중문화 수용자의 탈경계적 자아 연구를 위한 이론적 탐색: '미드의 이중 자아'에서 '온라인의 다중 자아'로의 확장. <인문콘텐츠>, 60권, 9-32.
- 김영전 (2005). 한국형 블로그'이용자의 가치체계에 관한 연구: 래더링 기법을 중심으로. <광고연구>, 68권, 9-35.
- 김영천 (2008). 질적연구방법론: Bricoleur. 서울: 문음사.
- 김예란 (2004). 가상공간의 공동체 문화 탐색-사이월드 문화를 중심으로. <언론과 사회>, 12권 3호, 55-89.
- 김유정 (2008). 웹 개인미디어에서의 사이버 자기표현. <한국언론학보>, 52권 6호, 78-99.
- 김정민 (2021, 10, 25). "메타버스의 미래는 OOOOO다"...제페토의 미래. <중앙일보>. Retrieved 2/3/22 from <https://www.joongang.co.kr/article/25000145#home>
- 김종길 (2008). 사이버공간에서의 자아인식과 복합정체성 수행. <사회이론>, 33권, 201-247.
- 김종덕·송수현 (2011). 국내 플레이어들의 담론분석. <한국게임학회 논문지>, 11권 5호, 53-65.
- 나은영 (2006). 인터넷 커뮤니케이션: 익명성, 상호작용성 및 집단극화(極化)를 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 2권 1호, 93-127.
- 박동준 (2010). 사이버 공동체의 정체성에 관한 연구. <윤리연구>, 79권, 133-159.
- 박석철 (2005). 자아 정체성과 인터넷 커뮤니티 이용행위: 구조방정식 모형분석을 통한 상징적 상호작용의 경험적 측정. <방송통신연구>, 255-285.
- 박석철 (2010). 인스턴트 메신저 매개 경험 분석: 고프만(Goffman)의 '인상관리' 관점에서. <사이버커뮤니케이션학보>, 27권 1호, 5-51.
- 박성희 (2004). 사이버 공간의 대리자아 아바타의 역할 유형분석. <한국언론학보>, 48권 5호, 375-405.
- 박혜숙 (2016). 신세대 특성과 라이프 스타일 연구 - Z세대를 중심으로 -. <인문사회 21>, 7권 6호,

753-767.

- 송두현. (2019). 게임 장애/중독 연구에 대한 비판적 분석: 뇌 사진, 판단 척도 및 연구 절차를 중심으로. <한국게임학회 논문지>, 19(1), 135-145.
- 송원철·정동훈 (2021). 메타버스 해석과 합리적 개념화. <정보화정책>, 28권 3호, 3-22.
- 신경림·조명옥·양진향 (2004). 질적 연구 방법론. 서울: 이화여자대학교 출판부.
- 오연주 (2021). 메타버스가 다시 오고 있다. Retrieved 1/15/22 from <https://aihub.or.kr/nod/e/23710>
- 유진희 (2021). 메타버스(Metaverse), '비즈니스의 확장'과 '혁신'을 여는 공간. Retrieved 1/15/22 from [http://www.kcti.re.kr/webzine2/webzineView.action?issue\\_count=121&menu\\_seq=3&board\\_seq=1](http://www.kcti.re.kr/webzine2/webzineView.action?issue_count=121&menu_seq=3&board_seq=1)
- 윤명희·손수빈 (2015). 소셜네트워크와 정체성 놀이: 트위터 봇 사례연구를 중심으로. <문화와 사회>, 18권, 287-328.
- 이병권 (2021). 메타버스(Metaverse)세계와 우리의 미래. <한국콘텐츠학회지>, 19권 1호, 13-17.
- 이수현·한준·허홍규 (2014). 페이스북에서의 자아 연출과 인상 관리. <사회이론>, 46권, 293-335.
- 이승환 (2021). <로그인(Log In) 메타버스 : 인간×공간×시간의 혁명> (IS-115). 성남: 소프트웨어 정책연구소.
- 이종윤·홍장선·윤주현 (2013). 카카오톡 프로필 이미지를 통한 다중적 자아의 유형 연구. <Archives of Design Research>, 26권 4호, 181-204.
- 이준복 (2021). 미래세대를 위한 메타버스(Metaverse)의 실효성과 법적 쟁점에 관한 논의. <홍익 법학>, 22권 3호, 49-82.
- 이현정 (2021a). AI 가 적용될 메타버스 시대를 위한 확장된 공감의 역할. <한국콘텐츠학회논문지>, 21권 11호, 87-99.
- 이현정 (2021b). AI 시대, 메타버스를 아우르는 새로운 공감개념 필요성에 대한 담론. <한국게임학회 논문지>, 21권 3호, 79-89.
- 임종수 (2011). 현실-가상세계 컨버전스 시대의 삶의 양식. <사이버커뮤니케이션학보>, 28권 2호, 53-98.
- 임태형·양은별·김국현·류지현 (2021). 메타버스를 활용한 고등학생 진로체험 프로그램 사용자 경험 분석. <학습자중심교과교육연구>, 21권 15호, 679-695.
- 장현미 (2014). SNS에서 글쓰기가 공감경험과 친사회행동에 미치는 효과: 페이스북 이용자를 중심으로. <한국언론학보>, 58권 3호, 5-35.



- 장혜영·송은옥 (2019). 최근 10년간 간호학술지에 게재된 질적연구 분석: JKAN과 ANR 중심으로. <질적연구>, 20권 2호, 100-112.
- 제페토 홈페이지(2022). Retrieved 3/26/22 from <https://zepeto.me/>
- 진영국 (2017). 질적 연구에서 사용되는 면담 및 심층면담에 관한 비교 고찰. <열린교육연구>, 25권 1호, 147-168.
- 정복철 (2010). 사이버 공간의 정신과 육체의 유형학-인문학적 탐색. <인문학연구>, 17권, 329-366.
- 채성오 (2020, 6, 15). 日 20대 3명중 1명 "동물의 숲, 보유"...스위치 열기 뜨겁다. <블로터>. Retrieved 11/1/21 from <https://www.bloter.net/newsView/blt202006150008>
- 최색별·엄인영 (2006). 싸이월드에서의 인상관리와 정보의 통제. <정보사회와 미디어>, 10권, 1-30.
- 최은진·이영숙 (2021). 메타버스 플랫폼을 활용한 민화 미술관 기획 연구-제페토 사례를 중심으로. <한국게임학회 논문지>, 21권 6호, 63-74.
- 한혜원 (2008). 메타버스 내 가상세계의 유형 및 발전방향 연구. <한국디지털콘텐츠학회 논문지>, 9권 2호, 317-323.
- 황상민·김지연·조희진 (2008). 사이버공간 속의 관계 맺기: 싸이월드 이용행동에 나타난 소셜 네트워크 활동 양상에 대한 탐색. <한국심리학회지: 소비자·광고>, 9권 2호, 285-303.

## 부록 II

표 1. 선행연구에서의 메타버스 특징

저자(년도)	메타버스 특징
임태형 외(2021)	아바타를 통한 상호작용, 공간적 움직임
최은진·이영숙(2021)	오픈월드, 샌드박스, 크리에이터 이코노미, 아바타
송원철·정동훈(2021)	인간 커뮤니케이션, 현실과 비현실 경험, 확장현실공간
이준복(2021)	종합적 가상 공유 공간의 존재, 현실세계와의 융합, 영속성

표 2. 메타버스의 유형과 조작적 특징 적용 여부

Metaverse Characteristic	Metaverse Service							
	Augmented Reality		Life-Logging		Mirror Worlds		Virtual Worlds	
	Pokémon	IKEA Place	Instagram	Nike Run Club	Google Earth	Zoom	Roblox	Zepeto
아바타를 통한 상호작용	○	X	X	X	X	X	○	○
인간 커뮤니케이션 효과	△	X	△	X	X	○	○	○
샌드박스 극대화	X	X	X	X	X	X	○	○
크리에이터 이코노미	X	X	X	X	X	X	○	○
현실세계와의 융합	○	○	○	○	○	○	○	○

주석 : ○(적용), △(미흡), X(적용 불가)

표 3. 심층 인터뷰 대상자의 특성과 분류

연령대	성별(나이)	이용 기간/ 이용 시간(주별 평균)	이용 동기	지속 이용 사유	분류 코드
10대	여자(15)	6개월/3시간	유명세	샌드박스 극대화	B
	여자(19)	3년/14시간	지인 권유	샌드박스 극대화	C
	남자(17)	1년/19시간	지인 권유	아바타를 통한 상호작용	D
	여자(16)	3개월/8시간	유명세	샌드박스 극대화	E
	여자(14)	3개월/7시간	광고 노출	아바타를 통한 상호작용	F
	남자(19)	6개월/6시간	지인 권유	아바타를 통한 상호작용	G
	남자(14)	3년/15시간	광고 노출	아바타를 통한 상호작용, 샌드박스 극대화	H

연령대	성별(나이)	이용 기간/ 이용 시간(주별 평균)	이용 동기	지속 이용 사유	분류 코드
20대	여자(20)	1년/12시간	지인 권유	아바타를 통한 상호작용, 크리에이터 이코노미	K
	남자(22)	2년/12시간	유명세	아바타를 통한 상호작용, 크리에이터 이코노미	L
	여자(20)	2년/60시간	샌드박스 극대화	샌드박스 극대화, 크리에이터 이코노미	M
	남자(25)	4개월/21시간	현실세계와의 융합	샌드박스 극대화, 커뮤니티 소통	N
	여자(25)	1년/3시간	유명세	아바타를 통한 상호작용	O
	여자(21)	3년/15시간	샌드박스 극대화	샌드박스 극대화	P
30대	여자(34)	6개월/5시간	유명세	크리에이터 이코노미	Q
	여자(31)	6개월/5시간	유명세	샌드박스 극대화	R

표 4. 연구문제 1 - 인터뷰 대상자 답변

범주	인터뷰 대상자 답변	분류 코드
이상향의 나	저의 자아정체성이 제페토에도 존재해요. 다만, 좀 더 제가 되고 싶은 저에 가깝다고 할 수 있어요. 아바타의 얼굴과 체형도 저와 비슷하긴 하지만, 더 예쁘게 만들었어요.	C
	제페토의 자아정체성은 실제의 저보다는 제가 되고 싶은 이상향에 가까워요. 그 모습이 어떻게 보면 저의 진짜 자아정체성에 가깝다고 생각해요.	F
	저의 자아정체성이 존재하는 것 같아요. 현실에선 이를 수 없는 것들을 메타버스라는 가상세계를 통해 제가 바라던 바를 손쉽게 반영하고 있어요. 언젠가는 되고 싶고, 하고 싶은 것들을 메타버스에서 이루고 있고, 이것이 제가 진짜 원하는 저의 자아정체성과 가깝다고 생각해요.	K
	제페토에도 자아정체성이 존재합니다. 제페토의 자아정체성은 제가 되고 싶은 이상적인 저 자신에 가까워요. 성격부터 걸모습까지 제가 원하는 모습을 재현하고 있어요.	L
	제페토는 가상세계이지만, 제가 원하는 모습의 저를 만들어 소통하고 있어요. 현실보다 만족스러워요. 현실에서의 결핍을 아바타에게 채우는 느낌이랄까.	M
	저도 그렇고, 대부분이 자기가 되고 싶은 이상향을 아바타를 통해 표현하고 있는 것 같아요. 저도 아바타 얼굴, 몸매, 패션 스타일이나 성격, 행동을 제 이상향에 근접하게 꾸미고 있어요.	G
	현실세계에서는 못하는 화장을 아바타를 통해서 하고 있어요. 현실에서는 할 수 없는 걸 가상에서 해 보고 있어요. 저에 가깝지만, 더욱 발전한 스스로의 모습을 표현하는 것 같아요.	D
현실의 나	제 자아정체성이 존재해요. 제가 되어보고 싶은 몸매, 입어 보고 싶은 옷들을 아바타로 표현해요. 그리고 그 모습이 제 진짜 자아정체성 같다고 생각해요.	B
	현실의 저와 같습니다. 현실의 모습과 아예 똑같은 수는 없겠지만, 저의 말투, 취향, 취미 등이 아바타로 표현되니까 저라고 할 수 있어요.	E
	존재한다고 봅니다. 제페토는 인간의 외형을 담은(거의 유사한) 캐릭터를 꾸미는 것이고 그것은 어떤 알고리즘에 의해 사용자에게 강제적으로 부가된 게 아니라, 제가 원하는 대로 꾸밀 수 있어요. 저의 취향이 듬뿍 묻어있는데 자아와 아주 관련이 없다고는 생각하지 않아요.	R
	제 자아정체성 일부 존재합니다. 저를 가상공간상에 표현하고, 아바타를 통해 저를 대표하여 활동하는 것이기 때문에 제 자아가 비탕이 된다고 생각합니다.	O
현실의 정체성이 반영된 것 같아요. 결국, 아바타를 플레이하는 것은 저인걸요?	H	

제3의 인물	제페토에 자아정체성이 없다고 생각합니다. 저의 이상향을 담은 아바타가 있기는 하지만, 저의 자아 정체성을 반영한다기보다는 어디까지나 가상공간에 있는 아바타 혹은 캐릭터로 생각해요. 인형 놀이 같은 느낌이에요.	P
	아바타는 저의 또 다른 모습이라기보다는 제가 만든 아이템을 입히는 모델로 생각하고 있어요.	Q
	자아정체성을 반영한다거나 새로운 정체성을 실험한다거나 그러진 않아요. 현실의 자아정체성이 영향을 받는 것 같지도 않아요.	N

표 5. 연구문제 2 - 인터뷰 대상자 답변

범주	인터뷰 대상자 답변	분류 코드
전면-후면	두 개의 계정을 가지고 있고, 하나는 주로 쓰는 주계정이고 다른 하나는 부계정처럼 쓰고 있습니다. 부계정에서는 재화를 모아 주계정으로 선물을 보내는 용도로 쓰거나, 다른 모습을 실험해보는 용도예요. 부계정을 좀 더 자유롭게 쓴다고 말할 수 있을 것 같습니다.	B
	부계정용 아이디어가 따로 있어요. 부계정은 실친(실제 친구)과 팔로우되어 있지 않아요. 부계정은 제가 지인 줄 아무도 모르기 때문에 주계정에서는 하지 않던 행동을 하기도 해요.	C
	주계정에서는 자아정체성이 바뀌지 않는 것 같아요. 저는 친구들과 놀려고 제페토를 하는데 공간만 바뀌었지, 대상이 바뀌지는 않았잖아요. 하지만 친구들이랑 놀고 싶지 않고 다른 걸 하고 싶을 때는 부계정으로 로그인하긴 해요. 부계정에서는 다른 사람들에게 말을 걸거나 그러진 않고, 게임만 해요.	D
	아바타가 두 개인데, 가끔 1인 2역 놀이를 해요. 각각의 아바타에서 성격을 다르게 설정하거나 다른 분위기를 내고 싶어서 만들었어요.	H
	계정이 두 개예요. 한 계정은 돈을 버는 데 목적이 있어요. 인플루언서가 되어서 제가 만든 옷을 많이 팔려고 노력하고 있어요. 다른 계정은 좀 더 편하게 쓰고 싶어서 만들었어요.	K
	주계정에서는 자아정체성이 잘 바뀌진 않아요. 부계정은 정말 편하게 이용하고 싶을 때 로그인해서 써요.	O
	전면	아바타가 여러 개 있어요. '포토부스'에서 여러 명이 찍는 포즈로 사진을 찍고 싶어서 만들었어요. 아바타를 바꿀 때마다 자아정체성을 바꾸는 건 아닌 것 같아요.
아바타도, 계정도 하나예요. 제가 가진 아바타에 자아정체성을 바꾸진 않는 것 같아요.		F
부계정이나 다른 아바타는 없어요. 제페토 아바타로 자아정체성을 바꾸지도 않습니다.		G
아바타의 커스텀을 한 번 수정하면 다시 복구하는 게 어려워서, 커스텀용으로 아바타를 하나 더 만들었어요. 제가 생각하는 '이상향의 나'를 조금씩 수정하긴 하지만, 완전 다르게 바뀌지는 않는 것 같아요.		L
자아정체성을 바꾸진 않아요. 초반에는 다른 아바타를 만들어서 커스텀 연습 용도로 쓰긴 했는데, 이제는 더 안 써요.		M
후면	3개의 아바타를 가지고 있어요. 3개 아바타 모두 각기 다른 얼굴로 꾸미고 있고, 각기 아바타 모두 자유롭게 사용하고 있어요. 저의 다른 면면을 아바타마다 적용하기도 하는데, 그것도 상황에 따라 달라져요.	R

표 6. 연구문제 3 - 인터뷰 대상자 답변

범주	인터뷰 대상자 답변	분류 코드
우위	아바타의 여러 제스처(몸짓)와 표정은 저를 표현하고 대화하는 데 좋은 것 같아요. 제페토는 특히 다른 게임이나 SNS에 비해 잘 표현되는 편이에요.	B

	저는 패션 크루(커뮤니티)에 가입했어요. 아바타 화장이나 스타일링, 아이템 제작 같은 내용을 공유하는 커뮤니티예요. 크루 멤버끼리 자주 만나고, 대화도 많이 하는 편인데 현실에서 하는 거랑 전혀 차이가 없어요. 가끔 렉(오류)이 걸리기도 하지만, 표정도 있고, 몸짓도 있고 채팅도 있으니까 전혀 문제없어요.	C
	음성 채팅은 진짜 제 목소리로 대화하는 거니까, 저의 자아정체성을 가장 잘 드러내는 순간인 것 같아요. 목소리 톤이나 억양, 말투는 저만의 고유의 것이니까요.	D
	확실히 다른 게임보다 표현할 수 있는 폭이 넓어요. 카톡(카카오톡)에서는 이모티콘을 썼다면, 제페토에서는 표정이나 몸짓을 통해 표현하니까 저를 더 잘 드러낼 수 있는 것 같아요.	E
	SNS에서는 상대방의 얼굴이나 몸이 보이지 않는 상태에서 음성이나 문자로만 대화할 수 있다면, 제페토는 아바타로 앉거나 눕거나 뛰기도 하고 표정을 짓기도 하면서 대화할 수 있어요. 현실과 큰 차이가 없어서 저 자신을 더 잘 드러낼 수 있는 것 같아요.	F
	다른 게임보다는 더욱 표현이 자유로워요. 하지만 한계가 분명히 있어요. 현실에서만큼은 아니에요.	G
	다른 게임보다 자아정체성 표현이 더 쉽다고 할 수 있어요. 제가 표현하고자 하는 바를 어떤 곳보다 자유롭게 하고 있거든요.	H
	다른 플랫폼보다 자신을 표현하는 데 더 편하다고 할 수 있어요. 월드에서 음성 채팅으로 제 목소리로 대화를 하거나 제가 기쁜 일이 있다가나 슬픈 일이 있는 날에 포토부스에서 그에 맞는 포즈를 취하고 그걸 피드에 올려 여러 사람과 소통할 수 있거든요.	K
	저를 드러내는 것이 다른 게임보다 유리하죠. 아바타로 취할 수 있는 포즈나 표정이 정말 다양하거든요.	L
	다른 아바타 게임이나 채팅은 한정된 부분이 있는데, 제페토에서는 그런 제약이 덜해요. 그만큼 저를 표현하는 것도 자유로운 것 같아요.	M
	제페토에는 외국인도 많아요. 저는 외국어를 잘 못하지만 표정이나 몸짓만으로도 외국인이라 할 수 있어요. 많은 사람한테 저를 표현할 수 있다고 할 수 있을 것 같아요.	N
	실시간으로 제 아바타를 통해 소통하는 공간이라 더 현실감이 느껴지는 것 같아요.	O
	자아표현을 하는 데 분명히 도움이 돼요. 다른 매체와 비교했을 때, 전달하고자 하는 것을 더 쉽게 전달할 수 있어요.	P
	다른 게임을 전혀 플레이하지 않아서 잘 모르겠지만 여러 가지 모션이 있어 감정 표현이 쉬운 것 같아요.	Q
	화상채팅은 제 얼굴을 보여줘야 하나까 부담되는데, 제페토는 그럴 필요 없이 제 아바타를 통해 몸짓이나 표정으로도 대화할 수 있어서 좋아요. 대화하고 저를 표현하는 데 거의 문제가 없어요.	R

표 7. 연구문제 4 - 인터뷰 대상자 답변

범주	인터뷰 대상자 답변	분류 코드
우위	제가 원하는 모습을 세세하게 구현할 수 있는 건, 확실히 저의 자아정체성을 표현하는 데 도움이 되는 것 같아요.	C
	다른 가상공간에서는 아바타의 옷이나 채형 등이 한정적이라면, 제페토는 정말 다양한 옷과 채형을 선택할 수 있고 이용자가 옷을 쉽게 만들 수도 있어요. 이런 부분은 확실히 자아표현을 쉽게 할 수 있게 만드는 것 같아요.	H
	현실에서의 저를 표현하는 것만큼 쉽지는 않지만, 저의 자아정체성의 일부분은 표현한다고 할 수 있어요. 특히 어떻게 코디하느냐가 저의 자아정체성을 드러내는 방법 중 하나기 때문에 다른 가상공간보다 자아정체성 표현이 더	K

	<p>욱 쉬어요.</p> <p>다른 게임보다는 쉬운 것 같아요. 아바타의 자율성이 낮았다면, 저를 표현하거나 드러내는 게 더 힘들었을 것 같아요.</p> <p>저의 자아정체성이 아바타를 통해 분명히 드러난다고 생각해요. 제 아바타의 타임라인, 피드를 통해서 저의 생각을 드러내기도 하고, 스타일링을 통해 개성을 표출하기도 하거든요. 다른 가상공간에서는 채팅으로 한정되어 있다면, 아바타를 통해 한층 더 저 자신을 표출할 수 있어요.</p> <p>얼굴과 체형 커스터마이징의 섬세함이나 크리에이터 샵에서 살 수 있는 다양한 아이템을 생각하면, 그 어떤 가상 공간보다 제가 원하는 표현을 자유롭게 할 수 있어요. 자아표현이 다양한 만큼 자아정체성 표출도 잘 되는 것 같아요.</p> <p>제가 표현하고자 하는 바를 쉽게 표현할 수 있다는 것 때문에 자아정체성 표현이 더 잘 되는 것 같아요.</p> <p>체형부터 이목구비까지 세세하게 커스터마이징 가능하기 때문에 '나'와 닮은 캐릭터를 표현할 수 있어요. 저보다 더 예쁜긴 하지만, 저랑 닮았다는 생각이 저의 자아정체성이 표현되는 것도 있는 것 같아요.</p> <p>저는 패션 아이템을 직접 제작하고 있어요. 제 취향을 고스란히 반영한 아이템으로 아바타를 꾸미다 보니 제 자아정체성 표현이 더 잘 되는 것 같아요.</p> <p>확상채팅은 제 얼굴을 보여줘야 하나까 부담되는데, 제페토에는 현실과 다르게, 수많은 옷과 아이템을 자유롭게 골라서 착용할 수 있어요. 그래서 제가 원하는 대로 자아표현이 가능한 것 같아요.</p>	<p>L</p> <p>M</p> <p>N</p> <p>O</p> <p>P</p> <p>Q</p> <p>R</p>
제약	<p>아바타를 통해 제가 원하는 이미지를 만들 수는 있지만, 자아정체성을 표출하는 데에 큰 도움이 되는 것 같지는 않아요. 자아정체성을 표출하는데 이미지가 그리 중요한 역할을 한다고 생각하지는 않거든요.</p> <p>저는 코루장이예요. 현실에서는 리더십이 있는 편이 아닌데, 아바타를 통해 표출되는 자아정체성은 조금 더 외향적이고, 더 활발한 것 같아요. 그런 모습이 마음에 들어요. 아바타였기에 가능한 것 같아요. 제가 보여주고 싶은 모습을 제페토였기에 더 잘 전달할 수 있어요.</p> <p>제페토에서는 아바타를 마음껏 꾸밀 수 있는데, 제가 꾸민 아바타를 보면서 다시 한번 '아, 내가 이런 취향이 있었구나.' 하며 제 취향을 확인하게 되는 것 같아요. 저를 더 잘 알게 되고, 저의 자아정체성을 더 잘 알 수 있었던 것 같아요.</p> <p>아바타는 제 얼굴이 아니라, 제가 꾸민 얼굴이잖아요? 제 실제 얼굴을 드러내고 할 수 없는 부담스러운 일을 아바타에서는 편하게 할 수 있어요. 그래서 가끔 제페토가 더 실제의 자아정체성과 더 가깝다는 생각이 들어요.</p> <p>인스타그램이나 페이스북은 제 사진이나 동영상을 통해 저를 표현할 수 있지만, 걸모습이 진짜 저는 아니라고 생각해요. 아바타를 통해 진짜 제가 되고 싶은 모습이 저의 자아정체성이라고 생각해요. 진짜 저를 표현할 수 있니까, 아바타는 자아정체성 표출하는 데 최적의 통로예요.</p>	<p>G</p> <p>D</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>F</p>
초월		

## 메타버스 이용자의 자아정체성 인식에 관한 연구 상징적 상호작용이론 관점

이지혜

(전남대학교 신문방송학과 박사과정, 한국방송통신전파진흥원 선임연구원)

주정민

(전남대학교 신문방송학과 교수)

메타버스의 개념과 특징을 밝히고, 상징적 상호작용이론을 바탕으로 메타버스 내에서의 자아정체성과 그 특징에 대해 탐구했다. 선행연구에 따르면, 이용자는 가상공간에 현실의 삶을 투영하고, 현실을 넘어 또 다른 삶의 모습을 구현하기도 한다. 그렇다면 새로운 가상공간 유형인 메타버스에서 이용자는 자아정체성을 어떻게 인식하고 표현하고 있는가에 대한 물음을 제기할 수 있다. 이에 ‘메타버스 이용자는 메타버스를 하나의 무대로 생각하고 자아정체성을 구성·수정·유지하고 있는가?’, ‘메타버스에서 자아정체성을 구성하고 있는 이용자는 메타버스를 ‘연극의 전면과 후면’ 중 어떤 곳으로 인식하고 행동하는가?’, ‘메타버스의 ‘인간 커뮤니케이션 효과’ 특징이 메타버스에서의 자아정체성 표현과 인상관리에 정적 영향을 미치는가?’, ‘메타버스의 ‘아바타를 통한 상호작용’, ‘샌드박스 극대화’ 특징이 메타버스에서의 자아정체성 표현과 인상관리에 정적 영향을 미치는가?’라는 연구문제를 설정하고, ‘제페토’ 이용자 15명을 대상으로 심층인터뷰를 실시했다. 연구 결과, 대부분의 이용자는 메타버스에서 자아정체성을 형성하고 있었고, 그 유형은 ‘이상향의 나’와 ‘현실의 나’, ‘제3의 인물’ 유형으로 구분할 수 있었다. ‘이상향의 나’ 범주의 대상자는 현실에서 실현하고 싶은 모습이나 행동을 제페토에서 실현함으로써 이상적인 자아정체성을 구성하고 있다고 답변했으며, ‘현실의 나’ 범주의 대상자는 제페토에서 현실공간과 거의 차이가 없는 자아정체성을 구성하고 있다고 답변했다. 반면, ‘제3의 인물’ 범주의 대상자는 제페토에 자아정체성을 구성한 적이 없으며, 인형 놀이처럼 자신과는 전혀 다른 대상으로 생각한다고 답변했다. 메타버스에서 자아정체성을 형성하고 있는 이용자를 대상으로 메타버스를 연극의 전면과 후면 중 어떤 곳으로 인식하고 행동하는지 살펴본 결과, ‘전면-후면’, ‘전면’, ‘후면’의 유형으로 구분할 수 있었다. 이러한 차이는 ‘지속해서 소통하는 타인’의 유무에 따른 것으로 추측할 수 있었다. ‘전면-후면’, ‘전면’ 범주의 대상자는 친구, 팔로워 등 지속해서 소통하는 대상이 있었지만, ‘후면’의 대상자는 그러한 사람이 없었다. 한편, 메타버스를 자기표현과 인상관리 수단으로 활용하고 있었다. 다수의 이용자가 메타버스의 ‘인간 커뮤니케이션 효과’와 ‘아바타를 통한 상호작용’ 특성이 자기표현과 인상관리에 도움이 된다고 답했다. 제페토에서는 언어적 소통뿐 아니라 비언어적 소통을 할 수 있으므로, 자기표현과 인상관리를 하는 데 다른 가상공간보다 훨씬 쉽다고 답변했다. 또한, 아바타의 얼굴과 체형, 스타일 등을 자유자재로 꾸미고 표현할 수 있다는 점에서 자아정체성 표현이 용이하다고 공통으로 말했다. 나이가 현실의 제약을 초월할 수 있어 더욱 진실한 자아정체성을 발현하고 있다는 답변도 있었다.

**핵심어** : 메타버스, 자아정체성, 가상공간, 상징적 상호작용 이론, 고프만