

메타버스(Metaverse)의 개념적 한계와 발전을 위한 연구

김용규^o

^o청강문화산업대학교 게임콘텐츠

e-mail: kimyongkyu@ck.ac.kr^o

A study for conceptual limitations and development of metaverse

Yong-Kyu Kim^o

^oDept. of Game Contents, ChungKang College of Culture Industries

● 요약 ●

메타버스는 1992년 스노크래시(Snow Crash)라는 소설에 의해 그 개념이 소개되었다. 그 이후 여러 발전 과정을 거쳐 개념이 정리되었지만, 메타버스가 본격적으로 이슈화된 것은 코로나19 팬데믹으로 인해 사람들의 생활 패턴이 오프라인에서 온라인으로 급격하게 변화하면서 부터이다. 현재 세계적인 대기업들도 메타버스에 대한 많은 투자를 하고 있으며, 수많은 메타버스 플랫폼이 출시되고 있다. 하지만, 처음에는 분명 매력적으로만 보였던 메타버스에 대해 대중들에게 점차 의문을 표하고 있다. 메타버스의 어떠한 부분이 이러한 인식 변화를 가져왔는지 연구/분석하며, 메타버스의 개념적 한계를 극복하기 위한 방향성을 제시하고자 한다.

키워드: 메타버스(Metaverse), XR(eXtended Reality), VR(Virtual Reality), AR(Augmented Reality), MR(Mixed Reality)

1. 서론

메타버스[1]는 닐 스티븐슨(Neal Stephenson,1992)의 공상과학 소설(SF: Science Fiction)인 스노우 크래쉬(Snow Crash)에서 처음 사용하였다. ‘가공, 추상’을 뜻하는 그리스어 메타(Meta)와 ‘현실 세계’를 뜻하는 유니버스(Universe)의 합성어다. 메타버스에서는 현실과 가상의 결합이 현실 세계가 되어 그 안에서 상호작용하고 활동할 수 있는데, 메타버스는 ‘가상 현실’ 보다 진보된 개념으로 볼 수 있다. 주로 게임이나 소셜네트워크 서비스(SNS) 등의 서비스 플랫폼에서 특정 설정 환경과 아바타를 보다 정교하게 구현하여 메타버스 내의 아바타가 상호 교류를 하고 쇼핑도 하며 현실처럼 활동한다.

메타버스는 이러한 기본적인 개념 외에도 다양한 기관이나 전문가들이 지속해서 개념을 정립해나가고 있으며, [2]대표적으로는 미국의 비영리 연구단체 미래가속화연구재단(Acceleration Studies Foundat ion, ASF)에서 제시한 메타버스 로드맵(ASFMetaverse Roadmap)을 기점으로, 미국 실리콘밸리의 유명 벤처캐피탈리스트이자 아마존 스튜디오의 이전 전략 책임자인 매튜 볼(Matthew Ball)에 의해 메타버스의 핵심 7속성이 정립되기도 하였다.

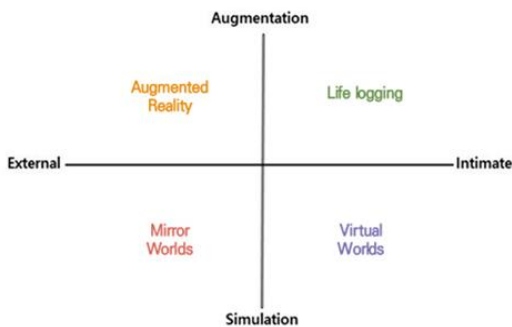


Fig. 1. ASFMetaverse Roadmap

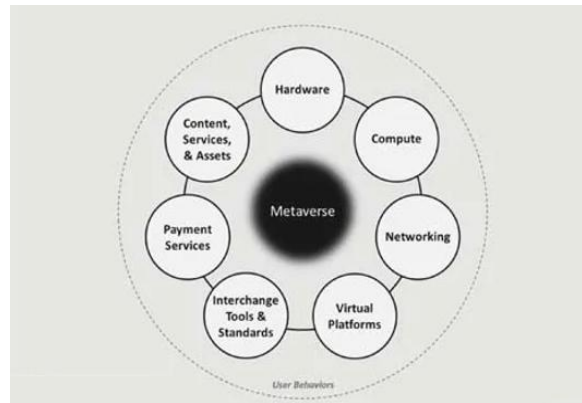


Fig. 2. "Core Enablers" of the Metaverse

메튜볼은 볼 메타버스 인덱스(The Ball Metaverse Index)의 창시자로, 2018년 메타버스를 처음 언급한 이후, 2020년 1월 메타버스의 속성을 발표하였는데, 해당 내용에 대해 에픽게임즈(EpicGames) CEO 팀스위니, 메타(META)CEO 마크 저크버그등의 극찬을 받은바 있다. 코로나19 팬더믹을 기점으로 메타버스 세계가 점차 구체화되면서 기업들은 많은 투자를 감행하였고, 자체적으로 긍정적인 비전들을 제시하기에 이른다. 하지만, 시간이 지날수록 메타버스의 선구자, 혁신 기업들의 기대와는 달리 대중들은 메타버스에 대한 거품론이 대두되고, 회의적인 시각들이 늘어만 가고 있는 실정이다. 왜 이러한 현상이 발생하는지 분석한다.

II. 본론

1.1 메타버스의 발전

메타버스는 단순히 코로나19 팬더믹 만으로 이슈가 되고 발전한 것은 아니다. 클라우드 컴퓨팅(Cloud Computing), 그래픽 처리 장치(GPU), 인공지능(AI), VR(Virtual Reality), AR(Augmented Reality) 기술이 총체적으로 진화하였으며, 이로 인해 기존에 존재하던 개념이 실제화되고 있는 것이다.[3] 코로나19로 인해 코로나가 종식된 이후에도 메타버스의 필요성이 대두되었고(원격수업, 콘서트, 회의, 의료 관련), 게임을 통해 꾸준히 메타버스는 발전해왔다.

[4]마이크로소프트의 마인크래프트(Minecraft)는 2011년 출시하여, 현재 10억개 이상의 콘텐츠가 사용자들에 의해 만들어졌으며, 월간 접속자가 1억 5천명 이상에 다른다. 또한 2014년 출시된 로블록스(ROBLOX)는 5,000만 개 이상의 게임이 존재하며, 미국 초등학교의 60% 이상이 가입을 했으며, 하루 접속자 수만 약 4,000만 명에 이른다. 국내에는 네이버의 제페토(ZEPETO)가 있다. 얼굴인식과 증강현실(AR), 3D기술을 접목하여 사용자의 아바타를 '3D 캐릭터'로 만들어 주는 기술을 토대로, 2018년 출시를 하여 현재는 3억 명이 넘는 사용자를 보유하고 있다.

구분	업체	서비스·제품	서비스 내용 및 분야
플랫폼	네이버제트	제페토	가상 공간에서 액티비티, 브런드 홍보, IP 판매
	SK텔레콤	버추얼 잇업 등	아바타를 통한 가상 공간 소통
통신사	KT	실감미디어 및 모션인식 기술 고도화	향후 특화 서비스 개발 예정
	LG유플러스	VR·AR 기반 협업 플랫폼, U*리얼클래스 활용	VR 기반 원격회의 (시범서비스, 연내 상용화)
	엔씨소프트	리니지2 속 바츠해방전쟁	연인원 20만명 참여한 MMORPG
게임사	넥슨	페이스플레이어(예정)	AI, 딥러닝 기반 소통형 방식 게임
	플레이랩	예정	NFT 활용 융합기술 및 서비스 출시 예고
	유티플러스	디토랜드	UCC 샌드박스 게임으로 가상 공간에서 콘텐츠와 게임 제작
	프론티스	XR판도라, XR라이프트렌(출시 예정)	교육 및 메타버스 플랫폼
전문 개발사	오범피어	AR 양형경 'BORA' 관광지 정보	제공 및 힐링 프로그램 제공
	에니핀	메타버스 플랫폼(개발 중)	투자 통해 새로운 경험과 소통 가능한 메타버스 플랫폼 개발, 연내 출시
	비브스튜디오스	버추얼 프로덕션 통합형 솔루션 VIT	가상현실 콘텐츠 제작
	디캐릭	인게이지	전시, 공연, 교육 분야 가상공간 및 저작물 제공
	서민스튜디오	XR클래스	가상현실 강연 플랫폼
	임모식스	갤럭시티:스쿨	비대면 교육용 솔루션
	코믹스브이·페이코미즈	클래스브이	비대면 교육용 솔루션
	아이스크림미디어	XR아이스크림(출시 예정)	비대면 교육용 솔루션

Fig. 3. Major domestic metaverse related companies

이외에도 해외뿐 아니라 국내에서도 수많은 유수의 기업들이 메타버스 시장에 뛰어들어 각자 자신들만의 메타버스 세상을 꿈꾸며 관련 플랫폼을 개발하며 관련 R&D에 많은 자금을 투입하고 있다.

1.2 메타버스의 대표적 속성들에 대한 대중들의 인식

많은 기업들이 메타버스에 투자를 하고 있고, 발전을 시키려하고 있다. 어떤 시장이든지 투자한 만큼 속도에 차이가 있을 뿐이지 해당 시장은 발전을 한다. 하지만, 메타버스 만큼 많은 우려와 거품론이 지속해서 나오는 시장도 드물다. 언론에서는 메타버서의 거품에 대해 지적을 한다. 가장 큰 이유로는 기존 서비스와 차별점이 적다는 것이다.[5] 영화나 애니메이션 등과 같은 대중매체에서 접하던 모습과의 괴리감 때문이다. 로블록스나 제페토가 뛰어난 플랫폼인 것은 누구나 인정하지만, 실제로 가상세계에서 내가 활동한다는 느낌을 받기에는 아직 많은 부분이 부족하다는 것이다. 또한, 한 칼럼에서는 “현실보다 불편하면 실패” 라는 표현을 한다.[6]결론적으로 해당 칼럼에서는 중장기적으로 MZ세대의 NFT커뮤니티등이 메타버스로 확대가 될 것이라 전망을 하였다. 하지만, 그러하기 위해서는 서로가 소통하고 세계관을 나눌 수 있는 커뮤니티 확보가 필수라고 보고 있다.

2022년 6월 1일부터 6월 20일까지 메타버스의 개념과 현재 메타버스 플랫폼에서 제공하는 서비스에 대한 인식에 대한 설문 조사를 진행하였다. 설문조사는 XR, 메타버스 관련 수업을 듣는 학생들과 관련 동아리생 72명을 대상으로 실시하였다. 해당 학생들은 전원 20대이며, 메타버스 플랫폼 사용자라는 특징을 지니고 있다.

① 메타버스의 대표적인 ASF 4속성과, 메튜볼의 핵심 7속성이 현재 서비스되는 메타버스 플랫폼에 얼마나 적용되어 있다고 생각하는가?

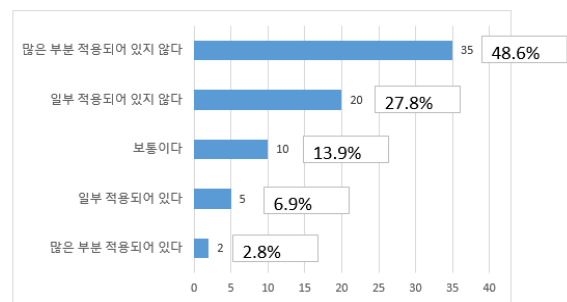


Fig. 4. The degree to which major metaverse properties are applied to the metaverse platform

메타버스의 알려진 대표적인 속성들이 현재 서비스 되고 있는 메타버스 플랫폼에 많은 부분 적용되어 있지 않다고 응답한 비율을 48.6%나 되었고, 일부 적용되지 있지 않다고 응답한 설문율로 27.8%나 되었다. 이 둘을 합치면 76.4%라는 매우 높은 수치를 나타내었으며, 반면 많은 부분 적용되어 있다는 응답자는 6.9%, 많은 부분 적용되어 있다고 응답한 설문자는 2.8%로 합쳐서 10.7%만이 메타버스의 대표적인 속성이 플랫폼에 구현되어 있다고 답을 하였다

② 서비스 중인 메타버스 플랫폼의 문제점은 무엇이라 생각하는가?
(중복)

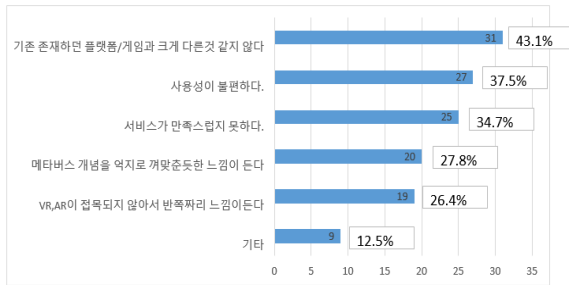


Fig. 5. Problems of the metaverse platform in service

서비스 중인 메타버스 플랫폼의 문제점에 대한 조사에 대한 응답은 중복을 감안하더라도 다양하며 여러 의견들이 나왔는데, 그중 가장 큰 문제점은 기존 존재하던 플랫폼, 게임과 크게 다른 것 같지 않다는 의견이 43.1%였으며, 그 다음으로는 사용성이 불편하다 라는 의견이 37.5%, 서비스가 만족스럽지 못하다는 의견도 34.7%나 나왔다. 이외에도 메타버스 플랫폼인데도 불구하고 메타버스 개념을 억지로 꺼맞춘 것 같다는 의견이 27.8%가 나왔으며, VR,AR과 같은 XR이 접목되지 않아서 문제라는 설문도 26.4%나 나왔다. 기타 의견은 12.5% 가 나왔는데 사회 활동을 기대만큼 하지 못한다는 의견과 아직 할 수 있는 것이 많이 없다는 의견들이 추가로 나왔다.

③ 메타버스는 앞으로 발전할 것인가?

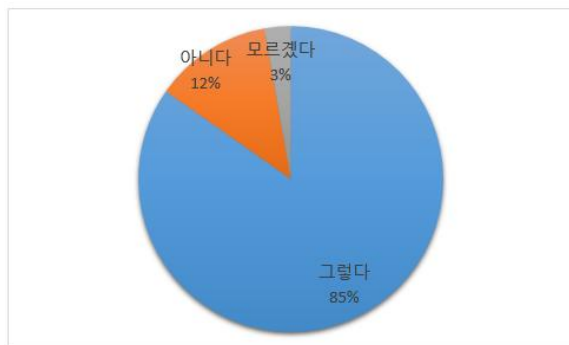


Fig. 6. Possibility of metaverse development

메타버스의 개념이 현재 서비스 되고 있는 메타버스 플랫폼에서 찾아보기 힘든 부분이 아직 많아서 실망들을 하고 있지만, 고무적이게도 85%의 응답자들이 메타버스는 그래도 앞으로 발전할 것이라고 매우 긍정적인 설문을 하였다. 이러한 설문 결과를 보았을 때 메타버스 월드를 구축하기는 선구 업체들이 메타버스를 홍보 목적이나 과대하게 포장된 개념을 내세울 것이 아니라 사용자들이 원하는 니즈(Needs)를 파악하여 제대로 된 유저 관점의 플랫폼을 구축해야할 필요성이 있다.

III. 결론

메타버스의 개념과 속성들은 매력적이면서도 아직은 기술 발전이 많이 이루어졌다고 하여도, 현실과 동떨어진 부분이 많이 존재한다. 기업은 유저들을 자신들의 플랫폼 안에 가두려고 하지만, 메타버스의 개념들은 탈기업, 탈소속화를 가지고 있다. 이러한 괴리감을 줄이기 위해서는 결국 메타버스를 서비스는 철저히 사용자 관점에서 설계가 되어야만 한다. 사용자가 원하는 플랫폼과 월드가 만들어지면, 이러한 괴리감은 줄어들 것이고, 메타버스의 중요한 속성들이 현실과 맞지 않은 부분은 기업과 사용자가 함께 개선해나가면 될 것이다. 이러한 과정은 절대 한 기업이나 개인이 이룰 수 없다. 이미 인터넷 세계는 살아 움직이는 하나의 거대한 네트워크 시스템으로 이루어진 생태계(network ecosystem)이다. 메타버스에서 추구하는 가상공간은 결국 현실의 공간이 되어야만 하는 것처럼, 가상 공간을 억지로 통제하고 가두려하지 말고, 현실의 기능들을 가상의 세계와 잘 융합하여 현실과 가상의 경계가 사라지게 설계가 되어야 할 것이다. 대표적인 메타버스 플랫폼들은 MZ세대를 필두로 현재 많은 사용자를 거느리고 있다. 이 사용자들을 상대로 장사꾼의 이미지가 만들어지거나, 사회적 활동을 제약하려 들면 오랜 기간 공들여왔던 메타버스 월드 시장은 순식간에 무너질 위험에 처할 수도 있다.

설문을 통해서도 알 수 있듯이 현재 메타버스는 사용자들이 생각하는 메타버스와 차이가 있다. 이러한 차이를 기술 발전에만 맞출 것이 아니라 우선 유저의 사용성 측면에서의 철저한 접근이 필요하다. 2번 설문 ‘서비스 중인 메타버스 플랫폼의 문제점은 무엇이라 생각하는가’ 의 결과를 보면, 메타버스의 기술적인 내용보다는 사용성, 서비스의 불편함을 지적한 사용자가 꽤 큰 비중으로 나왔다는 것에 주목하여야 한다. UX(User Experience)를 밑바탕으로 서비스를 제공하고, 유저들과 함께 메타버스를 발전시켜 나아가는 인식과 노력이 필요한 시점이다.

REFERENCES

[1] Naver Knowledge Encyclopedia[Metaverse] (IT Dictionary, Korea Information and Communication Technology Association)

[2] Song,Stephen/Chung,Dong-Hun “Explication and Rational Conceptualization of Metaverse” (National Information Society Agency) 2021.09

[3] Hong Seong-Ryong “Metaverse3.0” pp.32, 2022

[4] Unity“Metaverse Primer” pp.8-11, 2021 (<http://www.unitiesquare.co.kr/growwith/resource/form?id=149>)

[5] <https://www.hankyung.com/opinion/article/2022061661951>

[6] <https://www.bloter.net/newsView/blt202206150024>