

사이버캐릭터의 위상론

The Aspectual Theory of the Cybercharacter

이 선 교(Sun-Kyo, Lee)

서울산업대학교 시각디자인학과

1. 서론
 - 1-1. 연구목적
 - 1-2. 연구배경 및 방법
2. 사이버문화
 - 2-1. 사이버공간
 - 2-2. 사이버문화
3. 사이버공간에서 캐릭터의 역할
 - 3-1. 사이버캐릭터의 정의
 - 3-2. 사이버캐릭터의 인터랙티브적 관점에서의 역할
 - 3-3. 문화로서 사이버캐릭터의 역할
4. 사이버캐릭터의 현황
 - 4-1. 국내 사이버캐릭터의 활동상황
 - 4-2. 해외 사이버캐릭터의 활동상황
5. 사이버캐릭터의 문제점과 발전방향에 관한 모색
 - 5-1. 사이버캐릭터의 문제점
 - 5-2. 사이버캐릭터의 발전방향에 관한 모색
6. 결론

요약

정보, 디지털, 사이버, 인터넷, 가상세계 등 컴퓨터와 관련된 용어의 범람, 전세계를 실 시간화 시켰다는 말이 진부하게 여겨질 정도의 시간 개념의 변화와 그에 따른 패러다임도 빠르게 변모되고 있다. 본 연구는 빠르게 확산되어 가는 인터넷과 함께 공중과 방송 등에서 활동중인 사이버캐릭터(cybercharacter)에 대해 논한 것이다. 사이버캐릭터는 2D애니메이션에서 발전한 3D애니메이션을 포함한 전자매체와 컴퓨터를 이용하여 제작되고 전파 상에서 존재하는 것으로 알고 있다. 사이버캐릭터의 발생은 목적에 따라 여러 가지 생성 루트가 있지만 3D그래픽과 컴퓨터에 의해 만들어졌다는 것과 가상공간에서 활동한다는 공통점을 가지고 있다.

이러한 사이버캐릭터의 가장 큰 특징은 인터페이스기능의 확장과 생태학적 성장이다. 사이버스페이스에서 컴퓨터를 사용하는 사용자에게 가장 중요한 것은 사용자와 컴퓨터가 만나는 지점, 즉 인터페이스이다. 사이버캐릭터는 새로운 휴먼인터페이스를 제공하는 매개자으로써 가상현실에 대한 관심이 높아지면서 상승작용을 일으키고 있다. 또한 사이버캐릭터는 생태적 성장특성을 지닌다. 지속적인 이미지의 주입과 네트워크의 발전에 따른 또 다른 부가 가치를 만들 수 있기 때문이다. 이러한 사이버캐릭터는 앞으로 계속 발전하는 사이버공간에서 중요한 역할을 할 수 있다. 사이버캐릭터의 성공에는 축적된 기술력, 자금의 지원과 문화적 배경에서 오는 독특한 컨셉 등의 3대 요소가 필요하다. 이러한 3박자가 갖추어질 때 사이버캐릭터의 인포메이션-엔터테인먼트의 기능을 잘 살릴 수 있다. 사이버캐릭터가 가상현실의 구심점으로서 하나의 이슈를 갖게 되는 주체가 될 수 있다는 것이다. 또한 앞으로 계속될 인터넷에서 정보의 지배에서 사회, 문화적 정체성에 관한 "한국적 지식 정보 사회"의 실체와 연결되기 때문이다.

Abstract.

There has been the rapid change of paradigm with the overflow of terms related to computers such as information, digital, cyber, virtual world and the change of time concept on the ground that it is common to change

the world into virtual time. This study is about cybercharacters working in air-broadcasting with rapidly-developing internet. The cybercharacters including 3D animation developed from 2D animation are know to be manufactured with use of electronic medium and computers and to exist in electronics. Though the emergence of the cybercharacters has a lot of genetic roots according to their objectives, they have in common that they are made by 3D graphics and they work in the virtual space.

The great traits of the cybercharacters lie in the extension of interfacial function and ecological growth. In the cyberspace the interface, the meeting point between a computer and its users is the most important. The cybercharacters as medium providing new human interface become effective with growing interest in virtual reality. The cybercharacters also keep the ecological traits. They can also bring about added value with infusion of image and development of the network. These cybercharacters can also play the important parts in the continually developing cyberspace. The successful birth of the cybercharacter are based on: the technological power, assistance of fund and the cultural background. The information-entertainment of the cybercharacters functions well with the accompaniment of these three things. The cybercharacters can make a subject which keeps single issue as a central point of the virtual reality. The cybercharacters can also be connected with equity of "Korean Knowledge information society" in the cultural rule of the internet and sociocultural identity.

1. 서론

1-1. 연구목적

지금까지 발전해온 커뮤니케이션수단 중 가장 최근의 그러나 가장 급속한 확장을 통해 영향력을 가지고 사용되는 것은 사이버공간을 생성시킨 인터넷이다.

새로운 차원의 생성은 삶의 모습에서도 많은 변화를 요구한다. 매체의 변화에 따라 사고의 폭과 지식의 생성, 커뮤니티, 계층의 확대, 그에 따른 세분화된 여론 형성, 이미지 소비 폭발 등 헤아릴 수 없다. 즉 전반적인 사회 변화와 문화 성향까지도 변화하고 있다. 그 결과 새로운 소비층의 생산과 가치의 변화까지도 초래한다. 특히 가상 현실 즉 사이버공간(cyber space)에서 생성된 사이버캐릭터(cyber character)는 커다란 주목거리가 되고 있다. 본 연구는 이러한 사이버공간에서 지금 시작 단계인 사이버캐릭터에 대해 논하고자 한다. 지금까지 탄생된 사이버캐릭터는 여러 매체에서 여러 경로로 만들어지고 있다. 그 역할도 여러 가지이다. 그러나 컴퓨터를 이용하는 전자적 공간에서 존재하는 새로운 정보 전달자임에는 틀림이 없다.

본 연구는 앞으로 정보의 매개자이자 주체가 될 지도 모르는 사이버캐릭터를 개발함에 있어 일치되지 못하고 있는 사이버캐릭터의 정의, 범주, 특징 및 현 개발 상황 등을 논해본다. 특히 디자

이러한 입장에서 몇 가지 문제점을 도출해 봄으로써 사이버캐릭터의 기대되는 역할과 앞으로 나아가야 할 방향에 대해 고찰해 보고자 함을 목적으로 한다.

1-2. 연구배경과 방법

지금까지 미디어로 인한 정보는 일방향의 전달체계였다. 그러나 인터넷을 기본으로 한 사이버공간은 쌍방향커뮤니케이션이라는 장점을 가지고 있다. 이러한 기초 위에서 사용되어지는 사이버캐릭터가 여러 매체가 상호작용 되어진 기반을 바탕으로 컴퓨터 및 전자매체와 관계된 모든 커뮤니티 도구에 사용되어질 수 있는 것이다.

우선 인터넷상에서 보여지는 사이버캐릭터의 모습을 수집 정리한다. 사이버캐릭터가 인터넷상에서 뿐 만 아니라 여러 매체에서 사용되어짐에도 불구하고 기초되는 정보의 전달은 인터넷 홈페이지에서 가장 얻기 용이하기 때문이다.

이렇게 수집된 정보를 토대로 첫째, 사이버캐릭터가 발생하게된 배경을 알아보기 위해 인터넷으로 생성된 사이버공간과 사이버문화를 살펴보고자 한다. 사이버캐릭터의 생성이 문화의 한 축으로서 전달자의 기능과 문화 콘텐츠의 주역으로서 촉발되어질 수 있는지에 대해 논한다.

두 번째, 사이버캐릭터의 연구에 있어 정리되지 못하고 광의의 개념으로 쓰이고 있는 용어에 대해 고찰한다. '사이버'라는 단어가 만들어내는 의미들을 고찰함으로써 본 연구자가 선택한 '사이버캐릭터'라는 용어의 함의성에 대해 논하고자 한다.

세 번째, 사이버캐릭터의 범주와 정의를 규정하면서 특징을 살펴본다.

네 번째, 현재 활동중인 사이버캐릭터를 수집, 분석하여 지금의 개발 환경, 개발 현황 및 활용도를 살펴본다. 그 결과로 사이버캐릭터의 커다란 특징인 인터페이스측면과 문화적 측면을 살펴본다.

다섯 번째, 디자인면에서 경쟁력 있는 사이버캐릭터의 개발을 위한 몇 가지 문제를 지적해 본다.

이상으로 본 논문은 사이버관련 문헌 및 수집된 자료들을 비평적 관점에서 고찰하고, 서술적 분석 방법을 통해 연구문제에 접근하고자 한다.

2. 사이버 공간과 문화

2-1. 사이버공간

사이버스페이스라는 말은 1984년에 출간된 윌리엄 깁스(William Gibson)의 공상 과학소설인 뉴로맨서(Neuromancer)에서 처음 사용된 신조어이다. 그에 의하면 "전자 매체에 의해 가능한 고해상도의 화상과 데이터의 그래픽 표현 등 '합의에 의한 환상'(consensual hallucination)"으로 특징지어졌듯이 전자장치를 이용한 센서 조작행위들의 시뮬레이션이나 단순한 비주얼 이미지가 아니라 더 넓은 인간 커뮤니케이션과 상호작용을 포함한다.

이후 이 용어의 줄임 말인 사이버는 그와는 다른 의미로 소통된다. 즉 이 용어는 컴퓨터와 관련된 기술이 만들어 내는 가상의 공간을 칭하는 의미로 쓰여지게 된 것이다.¹⁾ 1992년에 발표된 베네딕트(M. Benedict)의 정의에서 깁스의 개념을 사회학적으로 변형한 것을 보면 "전지구적으로 네트워크화 된, 컴퓨터에 의해 유지되고, 컴퓨터로 접근되며, 그리고 컴퓨터가 산출하는 다차원적이고, 인공적인, 또는 '가상(virtual)' 현실이다. 다만 형식상 데이터로 구성된, 순수한 정보들의 특징과 행위로 구성된다. 이 정

보들의 일 부분은 자연적, 물리적 세계로부터 나온 것이지만, 그러나 대부분은 인간 정신이 구성한 과학과 기업, 문화들로부터 나온 방대한 흐름들로 구성된다.²⁾ 라고 하였다. 이 말은 좀더 창조적으로 우리가 접하고 있는 사이버공간과 일치된다고 할 수 있다. 이처럼 원래 사이버의 의미는 '정보와 의견의 소통 환경'을 가리키는 개념이었다. 그러나 오늘날에 와서는 컴퓨터 테크놀러지를 매개로 사회적인 만남과 상호 작용이 이루어지는 커뮤니케이션 공간으로, 미디어가 형성하는 새로운 형태의 사회를 가리키는 개념으로 사용되고 있는 것이다. 또한 넷 위, 컴퓨터와 인터페이스(interface)하는 순간 존재할 뿐이다.³⁾ 라고 할 때 사이버란 용어는 컴퓨터와 관련된 애매 모호한 개념을 감싸안으므로써 단어가 갖게되는 다의적인 뜻을 포함하게된 것이다. 사이버라는 용어는 사이버공간과 같이 정보를 교환하는 장에 관련된 접두어로서의 역할을 부여받게 된 것이다.

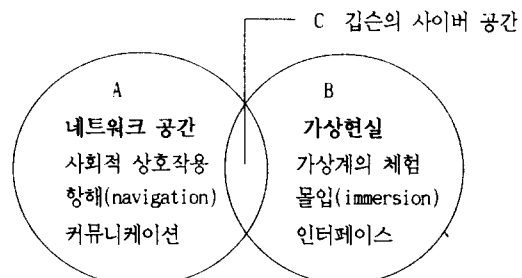
기술적으로 매우 다양한 유형으로 현재화되는 가상공간과 가상현실(virtual reality)은 그 기술적 조건으로서 컴퓨터-통신-매개성이 중요하다.⁴⁾ 사이버공간 생성의 초기 형태는 전화를 걸 때 열리는 영역이며, 더욱 발전된 형태로서 전자우편, 채팅룸, 인터넷의 웹사이트, 머드게임(MUDs), 쌍방향TV 등에서 생긴다. 이에 따라 시각정보 전달 매체로서 멀티 매체를 활용한 입체적인 전달 차원이 생성된 것이다. 특히 인터넷은 기존의 방식과 다르게 상호 작용의 커뮤니케이션이라는 점이다.

인터넷이라는 새로운 매체에 의한 사이버공간에 대한 학문적 관심이 필요한 이유는 크게 두 가지 측면에서 찾아볼 수 있다. 그 첫 번째 이유는 인터넷이 기존의 매체들과는 본질적으로 구별되는 속성을 갖추고 있기 때문이다. 인터넷의 상호 작용성, 탈대중성, 비동시성, 연결성, 디지털 등의 매체적 특성은 이전의 전통적 매체와는 확연히 구별되는 새로운 접근방법을 필요로 하게 되었다.

사이버공간을 공유, 형성하는 것은 컴퓨터와 전자회사 및 방송매체만이 아닌 그 콘텐츠적 역할을 하는 데이터 집약적인 서비스업이라 할 수 있다. 즉 이 부분은 새롭게 편입된 차원과 더불어 다음 산업의 지배적 구성 성분이 될 것이다.

그림1에 보면 사이버공간은 기존의 네트워크 환경과 가상현실을 공유하여 사회적 공간으로서 협의적 의미의 가상공간과 컴퓨터 테크놀러지가 이끄는 새로운 체험의 세계인 가상세계를 이끈다. 곧 시공을 초월하는 향해의 공간에서 공감각적인 몰입을 조장하는 인터페이스 환경이 탄생되어지는 것이다.

(그림 1) 가상공간의 두 가지 기술적 차원⁵⁾



사이버공간의 또 다른 특징은 인터넷의 속성상 생태적(生態的) 성장을 가진다. 사이버공간은 문자 그대로 보편적인 생체 전자적

1) Joanna Buick, Zoran Jevtic, Cyberspace, 김찬규, 이두, 1996, p46.

2) 라도삼, 비트의 문명, 넷의 사회, P83.

3) 앞글 p27~28.

4) 서이중, 지식, 정보사회학, 서울대학교 출판부 1998 p88.

5) 라도삼, p88

환경(universal bioelectronic environment)이다. 즉 전류가 흐르고 간단한 단말기만 있다면 공간을 초월한다는 것이다. '장소 없는 공간(placeless space)으로서 사이버공간은 체험의 공간이다. 사이버공간에서 커뮤니케이션은 고도의 상호작용성과 분권화를 바탕으로 한다.⁶⁾ 이 세계의 확산은 전세계적인 움직임으로써 언어의 소통만으로 커뮤니케이션이 가능하다.

사이버세계가 만들어내는 가상현실은 일반적으로 컴퓨터가 만들어 내는 가상 환경 내에서 사용자가 자유롭게 활동하며 인간의 기본감각인 오감을 통해 인공적인 체험을 하게 하는 기술을 말한다. 사이버공간은 가상현실의 범주를 확장한 세계이다. 가상현실의 세계는 현재 우리가 보고 듣고 느끼는 감각의 세계를 그대로 표현해내는 기술이기 때문에 마치 우리는 그 세계를 현실과 같은 공간으로 착각하게 된다. 노스 캐롤라이나대학의 컴퓨터과 교수인 게리 비숍은 '가상현실의 궁극적 목표는 체험자들에게 컴퓨터가 만들어내는 세계를 진짜라고 착각하게 만드는 데 있다.'고 말한다.⁷⁾ 이러한 진보가 가속될수록 인간은 좀더 쾌적한 환경을 조성하려 할 것이고 지금 탄생되어지고 있는 사이버캐릭터는 그 목적에 부합되는 것이다.

2-2. 사이버문화

문화는 인간이 끊임없이 만들어낸 것이다. 인간과 사회, 그리고 문화는 상호형성, 유지되고 있으며 사회는 문화를 통해 그 존재양식이 결정된다. 즉 인간은 사회속에서 태어나 문화를 배우고 복제, 재생산하는 것이다.

이런 문화적 특징을 갖춘 세계는 지금까지 언급한 컴퓨터와 인터넷의 출현으로 급속한 변화를 맞고 있다. 따라서 "미디어는 문화적 진화의 매시지이다."⁸⁾라는 명제는 지금까지 발전해온 매체의 방법과 효과를 극단적으로 설명한다. 한 시대에 있어서 의사소통과정(커뮤니케이션)을 지배하고 특징짓는 총체적인 의식활동의 수준으로 문화를 정의할 수 있다.⁹⁾ 사이버세계를 위시한 정보화가 문화에 미치는 영향은, 필요한 정보를 선택하여 취할 수 있고 대화할 수 있다는 장점 때문에 굳이 기존의 글쓰기 방식의 또 다른 해석의 도움을 받지 않더라도 정보와 상품의 교환방식의 변화에 따른 사회구조와 문화적 환경에 커다란 변화가 온다는 것이다. 국가의 규범이나 법체계, 질서와 같은 각종의 근대적 질서뿐만 아니라, 성이나 인종, 민족, 계급 등과 같은 육체에 새겨진 기호 자체를 지움으로써 아무런 조건 없이 참여할 수 있도록 만든다. 그럼으로써 근대의 오래된 구조적 질서는 점차 그 맥락을 상실한 채 사라져간다.¹⁰⁾ 기술이 만들어내는 사회의 변화에 따라 생활양식을 비롯한 모든 습성의 변화를 몰고 오는 것이다.

그러나 문화의 근본은 서서히 움직이는 거대한 물결처럼 그 위치를 지킨다. 그 하나로 인간은 이 가상의 공간에 또 다른 현실을 투사시키기 시작한 것이다. 사이버 문화는 근본적으로 물적 세계와는 다르다. 그럼에도 불구하고 아직까지 많은 부분이 현실의 이미지를 취하여 하나의 공간이라고 인정하고 그 세계를 키워나가는 것을 전제한다. 현실과 관계에서 얻어지는 경험을 바탕으로 하는 인식체계는 가장 중요한 매개 수단인 시각적 그래픽이미지로 상호작용하는데서 보다 더 현실적인 공간을 형성하려 하고 있다.

6) 앞글 p35

7) 이순요, 양선모, 가상현실형 감성공학, 청문각, 1997. p10

8) 홍성태, 사이버공간 사이버문화, 문화과학사, 1997 p207.

9) 한국언론학회·한국사회학회정보화시대의 미디어와 문화, 1998, 세계사 p262.

10) 라도삼, p29.

우리의 경험에 바탕을 둔 친숙함이 인터페이스에서의 상호작용의 결과로서 나타나는 것이다. 사이버세계의 생성에서도 관습화되고 무의식화된 현실에의 투사에서 안정적 적응을 하는 것 같다. 사이버인류의 탄생이라 일컬어진 사건에서도 알 수 있듯이 최초의 사이버캐릭터인 다테 도료나 아담 등은 인간의 모습을 하고 생활환경과 주어진 것들이 인간을 기초로 한 작품인 것을 볼 때 새로운 세계의 탄생에서도 인간을 기초로 하고 있다는 걸 알 수 있다.

3. 사이버공간에서 캐릭터의 역할

3-1. 사이버캐릭터의 정의

사이버캐릭터의 규정을 지으려면 기본이 될 수 있는 기존의 캐릭터의 특징을 살펴봄으로써 이해를 도울 수 있다고 본다.

우선 캐릭터라는 단어의 사전적 의미를 찾아보면, 어떤 개체에 부여된 성격, 특성이나 그래픽적인 문자나 기호, 소셜, 연극 등의 인물이나 배역을 가르킨다. 그러나 디자인에 있어서의 캐릭터란 특징적 시각 표현으로서 그 자체가 독특한 성격을 강하게 지닌 시각적 대상물이며, 독립적으로 존재하거나 기업이나, 단체, 제품, 서비스, 행사 등 어떤 다른 대상을 상징하기 위하여 창조된 형태라고 규정지을 수 있다. 그 표현양식은 동, 식물과 같은 대상의 구체적인 표현에서부터 문자체, 추상적인 패턴 또는 색채 등 모든 그래픽 표현을 포함하는 단위 형태나 형태 그룹 또는 그 움직임, 사운드 등으로 나타난다.¹¹⁾ 이러한 캐릭터의 기능을 요약시켜보면 3가지 정도의 변별성을 갖는다. 첫 번째는 아이덴티티(identity)의 기능이다. 아이덴티티는 동일성, 주체성, 독자성, 개성 등의 의미를 가지고 있다. 캐릭터는 메시지 전달이라는 아이덴티티를 가지고 있으며 내재적, 함축적 의미의 메시지를 전달한다. 캐릭터는 하나의 도상적 심벌이라고 할 수 있으며, 효율적인 커뮤니케이션 수단이 되기 위해서 뚜렷한 의미를 담고있는 상징기호이다.¹²⁾ 캐릭터의 장점 중에서 인간과 같은 감성적 요소의 끊임없는 삽입은 현실적 이미지를 취하여 주체로서 존재하게끔 한다. 따라서 지속적인 재창조 작업을 통하여 이야기를 만들어감으로서 아이덴티티를 유지하게 되는 것이다.

두 번째는 커뮤니케이션(전달매체, communication)으로서의 기능이다. 캐릭터의 이미지는 시각적인 특성에 의한 커뮤니케이션을 목적으로 하는 시각전달 디자인으로 TV, 영화 등의 이미지로 재현, 기록되거나 또는 영상디자인에서 표현되어져, 그 속에 어떠한 이미지를 시각적 형태로 인식하며 환상, 꿈, 이상 등의 인상적 이미지를 가지게 된다. 문화적 의미와 미학적 감성도 가지게 되며 감정입의 효과를 가지게 된다. 특히 이성적 또는 감성적으로 소구하여 사람들에게 어필하는 설득적 커뮤니케이션으로서의 역할을 한다. 현대 사회의 가속화와 대량 정보화사회에서 효율적인 커뮤니케이션이 이루어지도록 하는 것이다.

세 번째는 캐릭터는 가치 창출의 기능을 가지고 있다. 캐릭터는 미리 확보해 놓은 광고 선전력, 주의 환기력, 고객 흡인력으로 인하여 실질적인 판매고와 인지도를 높여주는 기능을 하며, 기업의 고정적 이미지를 유지하는 매개체나 수단이 된다. 또한 경쟁 상품과의 차별화를 통한 판매자극과 판매촉진 기능으로 여러 산업분야와 연관되어 상품의 부가가치를 높이고 제품의 이미지를 관리한다. 때문에 대중스타가 자신의 이미지를 관리하는데 애쓰듯이 생명력을 부여받은 캐릭터는 지속적인 이미지 관리와 이야기의 생성으로 자신의 상품성을 지속시킬 수 있다.

11) 최영진, 캐릭터의 기호적 분석과 그 표현연구에 관한 연구, 국민대학교 대학원 석사학위논문, 1996 p4.

12) 앞글 p34.

이러한 캐릭터의 속성을 찾아보면 신화의 상실시대에 꿈과 환상의 표현으로서 정서의 대표로서 나타난다는 것이다. 논리와 검증과 같은 과학적 실증주의의 과도한 사회적 편견은 신화나 전설을 미신으로 치부하여 인간 본연의 전통적 감정을 상실시켰다. 그러나 다른 세계 속으로의 몰입 또는 다른 모양이나 다른 크기로 몸을 변화하고자 하는 인간의 욕망은 수 천년동안 종교나, 의식 그리고 춤 등에 재현되어 왔다. 인간은 본인과 주변의 상황을 대신하고 꿈과 상상을 가질 수 있는 영원한 대상을 지니게끔 되어있다.

또한 캐릭터는 손쉽게 소유할 수 있다는데 있다. 이미지로 생성되어 소비를 위해 존재하기 때문이다. 따라서 캐릭터의 존재는 자아와 동등한 타자의 정서적 접근을 가능하게 하는 효과를 갖는다. 이렇게 볼 때 사이버캐릭터의 특징 중 많은 부분이 캐릭터의 특징과 병치(並置)됨을 알 수 있다.

i) 사이버캐릭터의 정의

사이버캐릭터, 사이버노트(cyber naut), 아바타(avatar), 사이버인간(cyber human) 등 여러 가지 다양하게 쓰이는 용어는 아직까지 학문적으로 정의된 것은 아니다. 명확히 그 유형이 정해진 것도 아니고 사용 목적에 따라 형성된 그 각각의 작업에 따라 달리 불리워 졌다. 그러나 지금까지 논한 것을 바탕으로 보면 그 특징적인 면에서 캐릭터와 유사한 개념의 공유를 가지고 있으므로 '사이버캐릭터'란 용어가 적당할 것이다.

사이버캐릭터는 여러 가지 역할을 고려할 때 포괄적인 접근이 필요하다. 왜냐하면 부분집합 개념이 사이버캐릭터의 개념을 모호하게 하거나 협소한 개념으로 정리하여 사이버 캐릭터에 대한 편협하고 단편적인 육성방안이나 불균형적인 개발 안에 의한 위험을 초래할 수 있기 때문이다. 사이버캐릭터의 용어는 그 컴퓨터의 발전 단계와 쓰임새에서 찾을 수 있다.

① '디지털(digital)'이란 기기의 신호체계가 아날로그식에서 디지털 방식으로 전환된 것을 뜻한다. CD, MD, 디지털카메라 등이 여기에 해당된다.

② '네트워크(network)'이란 정보통신망에 연결돼 데이터 송수신이 가능한 개념이다. 초창기 인터넷을 통한 송신이 있다.

③ '정보(information)'는 콘텐츠 서비스와 융합된 시스템을 말한다. 정보네트워크와 연결돼 콘텐츠 서비스를 제공한다.¹³⁾ 세 번째 단계에서 나타난 정보의 이용문제가 도출되었을 때 사이버캐릭터가 하나의 사용으로써 나타났다. 이것은 인터넷상에서보다는 유사 매체인 TV, 게임, 영화 등에서 상호 연계되며 나타났다. 따라서 사이버캐릭터는 정보를 포함한 전달자로서 사이버공간과 관련되어 생성되어지고 활용되는 3차원 모델의 모든 것은 아우르는 개념으로 정의 될 수 있다. 즉 인간이 상상해 오던 꿈의 현실적 시각화이다.

ii) 사이버캐릭터의 활용

지금까지 개발되어온 사이버캐릭터의 활용을 살펴보자.

첫째 엔터테인먼트(entertainment)의 목적을 염두에 두고 제작되었고 두 번째는 커뮤니케이션 기능의 수행에 있다고 볼 수 있다. 다테 도로나 아담과 같이 초기 의도 자체가 엔테이너를 목적으로 만들어졌고 지금 제작되어지는 것도 대부분 엔터테인먼트 산업과 연계되어 개발되고 있다. 이것은 상상의 세계와 현실 세계의 거리를 좁히기 위한 작업으로 엔터테인먼트를 위한 콘텐츠 개발에 필요한 개발비용, 영화 등의 특수 효과와 컴퓨터의 발전, 인터넷의 확장에 따른 존재의 장 등이 갖추어졌기 때문이다.

두 번째는 커뮤니케이션에서의 매개자 역할이다. 사이버스페이스에서 컴퓨터를 사용하는 사용자에게 가장 중요한 것은 사용자와

컴퓨터가 만나는 지점, 즉 인터페이스이다. 어느 면에서 사이버캐릭터는 인터페이스적 기능의 확장이라고 볼 수 있다. 경희대의 라이언, 한미은행의 나한미 등은 지시나 정보를 전달하는 도우미적 기능을 하고 공중파 방송의 나잘란 박사는 인간이 표현할 수 없는 표정 연기로 신체의 약점을 보완하여 초월적 활동 생산을 하게끔 역할 지워지기 때문이다. 이들 활동의 면면을 살펴보면 인간과 매개의 역할을 하는 뚜렷한 특징이 있다.

iii) 사이버캐릭터의 특징

사이버캐릭터의 특징을 살펴보면 첫째 실제(reality)와 비교되는 형태에서 존재성의 문제이다. 실제 인간과 같은 신체 조건과 특징을 부여받았지만 물리적 공간에서 실제로 존재하고 있는 것은 아니다. 단지 실재를 닮으려는 노력의 하나일 뿐이다. 이러한 사이버캐릭터는 보통의 인간이 가지고 있는 약점을 장점으로 변환시킬 수 있다. 따라서 그 외형에 상관없이 오히려 활동이나 효과에 맞게 자유롭게 신체를 조정하거나 짜 맞출 수 있다는 이점을 가진다.

사이버캐릭터 톨루 칼라시¹⁴⁾의 경우 합합가수의 모션을 강조하기 위해 기다란 팔과 특이한 색의 외향을 갖추었다. 댄싱 캐릭터로서 신체 구조를 특이하게 함으로써 모션을 화려하게 강조할 수 있고 인간이 하기 힘든 고난위의 춤동작도 거뜬히 해내고 있다. 또한 다양한 동작만큼이나 다양한 이미지 변신이 가능하다는 점이다. 현재 10여종의 서브 캐릭터가 개발되어 있어 항상 신선함을 유지할 수 있다.¹⁵⁾ 또한 더블맨¹⁶⁾은 기존의 인간의 모습과는 틀리게 머리에 세가닥의 감정 뿔을 가지고 있고 모습으로 과장되어 있다. 그러나 이러한 모습이 과장이 된 것이 아니라 그 역할에 더 효과적이란 평을 받는다.

두 번째 사이버캐릭터는 전류가 흐르는 곳이면 언제든지 '시생활'에 구애받지 않고 홍길동의 분신술처럼 지구 곳곳을 갈 수도 있다. 사이버공간에 완벽하게 거주할 수 있는 인류인 것이다. 근본적인 목적은 언제나 쉽게 지칭 없는 완벽하게 요구를 충족해줄 수 있는 개체를 전제로 하는 것이다. 따라서 필연적으로 사이버캐릭터는 인포메이션-엔터테인먼트(Information Entertainment)의 역할을 한다.

세 번째 지속적인 이미지 메이킹(image making)의 역할이 강화될수록 그 생명이 연장되며 실존인물을 능가하는 가상의 스타가 될 수 있다. 기존의 캐릭터가 갖는 특징과 동일하다. 지속적인 노출은 인지도의 상승과 그에 따른 익숙함, 친밀도 등에서 그 가치를 높여가는 것이다.

마지막으로 지시적 기능을 가지고 문자를 대변하는 기호정보로서의 역할을 한다. 정보 매개체로서 인터페이스 환경에서 도우미, 교수 등의 기능을 하는 것이다.

앞으로 사이버캐릭터는 애니메이션과 게임, 엔터테인먼트 등의 차세대 정보 콘텐츠 산업에서 가장 핵심이 될 것이다.¹⁷⁾ 이러한 사이버캐릭터의 이상향은 가상현실에서 드러날 것이다. 또한 사이버공간은 기초적 가상현실의 단계를 밟아가고 사이버공간과의 이상적인 인터페이스를 만들려하고 있다. 이때 사이버캐릭터의 역할은 인터페이스의 상대에게 영화에서와 같은 관음적 상태로 즉 자기를 대신하여 또하나의 가상을 만들어 자기의 꿈과 환상을 투사해서 경험하는 작용의 시각적 매개체가 될 것이다. 이미 이

14) <http://ps.sbs.co.kr/sbsvj/>

15) 디자인신문, 1999/9/2, p6

16) <http://www.doubleman.com>

17) 정진오, 사이버캐릭터의 디자인적인 표현에 관하여, 디자인네트-북책, 1999, p26.

13) 동아일보, 1999, 06/27

러한 조짐은 보이고 있다.

결국 사이버캐릭터는 현실에 존재하는 내용과는 다르다. 그럼에도 불구하고 그 목적을 달성하는 것은 소비자도 사이버캐릭터가 가상의 존재임을 알고 있기 때문이다. 이러한 사이버캐릭터는 지금까지 언급한 여러 가지 기능을 가지고 무한한 응용성을 가진다는 측면 때문에 앞으로 다가오는 가상세계에 더욱 다양한 역할을 할 것이다. 따라서 사이버 캐릭터의 인터랙티브적 관점과 문화적 관점에서의 역할을 좀더 고찰해 보고자 한다.

3-2. 사이버캐릭터의 인터랙티브적 관점에서의 역할

인터랙티브(Interactive)는 컴퓨터의 기술이 발달할수록 좀더 유저(user)의 사용에 편리하기 위하여 발전된 것이다. 이것은 가상 현실과 맥을 같이 하여 발전되었다. 가상현실이 아직까지는 그다지 많은 부분에서 활용되지는 않는다. 그러나 지금까지 논했듯이 가상현실은 어떠한 모습으로든 우리의 생활 주변부를 변화시킬 것이고 미래의 인터페이스로 자리잡을 것이다. 따라서 인터랙티브와 사이버캐릭터의 관계를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 사이버캐릭터가 갖는 인터랙티브한 특성은 컴퓨터에 의해 탄생되어 컴퓨터와 관계된 매체 즉 TV, 컴퓨터게임, 가상현실, 인터넷상의 직접적 접촉 등에서 원인을 갖는다. 사이버캐릭터와 가상현실은 서로 밀연적으로 사실성과 상호 작용성이라는 메커니즘을 공유하고 있기 때문이다. 사이버캐릭터를 아이콘(icon)이라고 하기에는 무리가 따른다. 그러나 확장된 의미라는 것은 사이버캐릭터가 좀더 포괄적 의미로 어떤 상징성을 갖는다는 것이다. 사이버캐릭터는 그 지워진 성향이 특수하건 애매 모호하건 어느 정도의 상징성을 갖고 또한 시간과 공간의 제약이 없다. 개발의 도 또한 사이버공간에서 갖게되는 초월성을 추구하는 것이다.

둘째, 인터랙티브(Interactive)를 추구하는 가상공간에서 시각상을 제시한 것이다. 기존의 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(Computer Mediated Communication)과 비교를 해보자. CMC는 통신을 이용한 접촉을 일컫는 것으로 전화, 팩스 등을 포함한 인터넷상에서의 통신까지를 포함하는 커뮤니케이션방식을 통칭한다.¹⁸⁾ CMC의 특징은 크게 쌍방향, 비동시성, 공간적 거리감의 극복, 비언어적 요소의 부재, 사회적 실재함의 결여에 따른 사회 규범적 요소의 상실, 익명성, 문서화된 메시지교류, 지배효과 약화 등을 들 수 있다.¹⁹⁾ 사이버캐릭터는 이러한 CMC의 기능과 공유되고 단점 또한 다음과 같이 보완할 수 있다.

첫째, 비동시성의 측면에서 사이버캐릭터의 특징과 공유하는 것이다. 이것은 시간과 공간에 적용될 수 있다. 수신자가 원하기만 하면 스위치를 켜자마자 사이버캐릭터는 곧 존재하는 실체가 된다. 아직까지는 주어진 내용과 행동 뿐이지만 궁극은 비동시성과 함께 그 반대가 되는 동시성을 갖는다. 아무 때나 송신기 앞에서 그들을 부르면 나타나 면대면(face to face)커뮤니케이션을 할 수 있는 잔정한 가상현실의 실현으로 인간적인 면을 생성시킬 수 있는 것이다. 그러나 사이버캐릭터가 하나의 인격체가 아닌 이상 이것을 보완하기 위하여 인공두뇌의 출현이 필요하다. 또한 여러 가지 상황을 프로그래밍하여 즉각적인 대화가 이루어질 수 있도록 하여야 한다.

두 번째, 비언어적 요소의 극복이다. 비언어적 요소에는 두 가지 유형이 있다. 첫째는 화자가 말하면서 자신의 몸을 이용해 신호를

전달하는 행위적 신호가 있으며, 둘째는 커뮤니케이션 상황이나 화자의 실재함에서 전달되는 상황적 신호가 있다.²⁰⁾ 비언어적 요소의 부재는 커뮤니케이션 참여자들간의 공간적 거리감의 증대로 말미암아 개인상호간에서 작용케 되는 친화감과 집단내의 응집력을 약화시킨다. 커뮤니케이션이 텍스트에 중점을 많이 둘수록, 비언어적 혹은 음성적인 요소가 적을수록 커뮤니케이션 행위는 더욱더 비인간적인 형태인 것처럼 보이게 된다. 기존의 CMC에는 이러한 비언어적 요소가 모두 부재 되어 있지만 사이버캐릭터는 시각적 이미지로 전달되기 때문에 미묘한 제스처(gesture), 얼굴표정, 육체적 접근 등에서 오는 의미까지도 전달한다. 가상공간에서 실현되어지는 현실적 이미지의 재현이 이루어지는 것이다. 결국 사이버캐릭터는 현 사이버공간에서 부재하는 비언어적 요소를 사이버공간을 삽입함으로써 사회적 실재성이 존재하면서도 가상의 것이 된다는 이중의 의미를 함유한다. 지금까지 사이버캐릭터가 갖는 인터랙티브적 특징을 살펴보고자 한다.

엄밀히 말해 사이버캐릭터는 현재 2D 캐릭터를 3D로 옮겨놓은 정도의 걸음마 단계이다. 그러나 본 연구자는 사이버캐릭터의 궁극적인 목적은 인포메이션-엔터테인먼트(information-entertainment)으로 보았기 때문에 지금까지 논한 사이버캐릭터의 인터랙티브적 요소를 매우 중요하게 생각한다.

3-3. 문화적 관점에서 사이버캐릭터의 역할

사이버캐릭터가 탄생되고 받아들여지는 문화 특성을 요약하면, 첫째 중심이 없는 다시점의 커뮤니케이션을 취한다. 둘째 쌍방향 커뮤니케이션은 서로 영향을 주고받는다. 셋째 인터넷을 통한 사이버문화는 지금과는 다른 확장된 세계이다. 사이버공간에서 우리는 문화에 관한 새로운 접근이 필요하다. 기술과 사회, 개인과 구조를 역전하여 사회로부터 기술을 설명하는 것이나, 구조로부터 개인을 설명하는 것이 아니라, 개인으로부터 커뮤니케이션 테크놀러지를 매개로 형성하는 세계에 대해 접근할 필요가 있는 것이다. 그런 점에서 가상공간이란 개인의 사회이며, 커뮤니케이션 사회인 것이다.²¹⁾

미래의 사회 형태와 그에 따른 문화적 변화는 가상공간과 맞물려 변해 갈 것이다. 이미 모두가 느끼듯 과거의 사회구조는 해체되어 지고있고 새로운 문화가 형성되어가고 있다. Z세대, N세대 등이라 불리는 새로운 문명을 받아들여 나타나는 신인류가 계속 탄생되고 있다.

이처럼 정보 사회의 현상학적 원천은 생활 세계, 곧 삶 전체다. 물론 삶 전체라고 할 때에 이는 삶의 주체를 전체로 한다. 그 주체는 공동체, 나아가 글로벌 공동체이다. 삶 전체란 광의의 문화 전체를 의미한다.²²⁾ 사이버공간은 심리적인 공간과 물리적인 공간의 특징들을 모두 갖추고 있으면서도 그 둘 중의 어느 한 쪽으로도 환원을 될 수가 없다.

사이버공간을 바탕으로 그 중간자적 역할을 하는 캐릭터의 사용에 있어서도 마찬가지이다. 사이버캐릭터의 모습에서 인간을 복제함으로써 새로운 차원의 인류를 탄생시킨 것이다. 인간과 같은 행동 패턴과 사고를 가지고 있는 이들에게 현실을 투사시키고 있는 것이다. 인류 최초의 사이버캐릭터인 다테 도코, 우리 나라의 아담과 그 이후의 여러 캐릭터와 외국의 사례에서도 이러한 예를

18) Williams, E. Experimental comparisons of face to face and mediated communication: a review. Psychological Bulletin 84(5), 1977. 김유정. 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 재인용

19) 김정택, 새로운 커뮤니케이션 정책연구, 커뮤니케이션북스, 1997,

20) 김유정, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션, 커뮤니케이션북스, 1999 서울 p61.

21) 라도삼, p227.

22) 박찬형, 송민정, 정보콘텐츠 산업의 이해, 커뮤니케이션북스, 1999, p413~7

쉽게 찾을 수 있다.

사이버공간에서 사이버캐릭터는 하나의 매개체며 이상형의 반응에서 오는 초월적 존재와 같은 것이다. 인간과 달리 결함이 없기 때문이다. 목적에 맞게 개발되는 사이버캐릭터는 다른 콘텐츠와 달리 생태적 특징을 가진다. 즉, 하나의 소신화(小神話)가 삽입됨으로써 사이버캐릭터는 우상이 될 수 있다. 지금까지 탄생된 사이버캐릭터를 보면 그 탄생에서부터 아이돌스타로 끊임없는 마케팅의 노력이 수반되어오고 있다. 또한 만들어지는 신화적 이미지는 계속 확산될 것이다. 이러한 시스템은 현실에서의 스타시스템이나 다른 상품의 마케팅에서도 같은 유형을 볼 수 있을 것이다. 때문에 사이버캐릭터는 앞으로 직접적 삶과 연관되는 매개체로서 사회, 문화적 관점에서 해석되어야 할 이유가 있는 것이다.

두 번째는 사회가 개인화 되고 수평적이고 평등한 만남. 그리고 상호작용에 의해 구성되면서 사이버공간에서 사이버캐릭터는 현실을 대신한 공간적 완충작용을 할 수 있다. 사람사이의 접촉을 대신해 컴퓨터나 미디어와 보내는 시간이 점점 많아졌다. 때문에 지금까지와는 다른 현실의 적극적 재현(再現)에서 오는 기존의 삭막한 사회적 관계에서 사이버캐릭터는 좀더 인간적인 커뮤니티가 이루어질 수 있는 정보와 서비스를 제공할 것이다. 또한 그에 따른 비공간성의 증대로 새로운 사회적 관계를 엮어나갈 것이다. 사이버캐릭터는 이때 요긴한 시각적 콘텐츠로서 역할 지워질 수 있을 것이다. 사이버공간의 문화는 연결고리가 되는 인터넷을 통한 개별적 사회화의 형성에 있다. 즉, 익명으로 존재하여 집단문화를 창조해하고 구성되게 하는 과정에 있는 것이다. 하지만 가상의 영웅탄생에서 불완전한 인간은 자기소외과정을 되풀이하는 것일지도 모른다.

4. 사이버캐릭터의 현황

4-1. 국내 사이버캐릭터의 활동 상황

지금까지 탄생되어진 사이버캐릭터에 대해 분석해 보고자한다. 국내에서 처음 탄생된 것은 아담(adam)이다. 97년 착수하여 3개월간의 제작기간을 거쳐 완성되었다. 아담의 직업은 가수이며 기존의 가수와 마찬가지로 앨범을 내고 홍보활동을 하였다. 그의 프로필을 보면 그 많은 성향을 적어놓기도 힘들 정도이다. 취미, 자주 찾는 곳, 시력도 나빠 콘택트 렌즈를 착용하고 좋아하지 않는 것도 있는, 아이돌 스타(idol star)가 갖춰야할 최적의 조건을 충족시킨다. 또한 CF모델, 카이스트 학생, 홍보사절, 게임 자키, 시집 출간 등 다양한 분야에서 활동한다.²³⁾

누구나 선풍하기에 부족함 없는 아담의 실체를 살펴보자 목소리는 실제 인간의 목소리에 기계적 조작을 한 것이고 움직임에 있어서도 세밀함이 뒤떨어졌다. 매우 정형화된 동작과 준비된 모습만을 보여주고 토크쇼 같은 것은 무리이다. 그러나 아담의 탄생은 우리 나라 최초의 사이버인간이고 가상의 세계가 인류의 차원에 편입된 획기적인 사건이었다.

사이버가수 류시아²⁴⁾는 두 번째 탄생되어졌다. 그녀의 홈페이지에서는 아담과 달리 자신의 키가 18.527폴리곤²⁵⁾, 몸무게는 1.63mb(디스켓 한 장에는 들어가지 않음), 좋아하는 음식은 2.0Kwh의 변동 없는 전력이라고 소개하고 있다. 다른 사이버 가수와는 달리 인위적인 나이가 지정되어 태어난 것이 아니라

이는 디지털화 된 수치로 표현된다. 예를 들면 00:00:01 으로 표현이 된다. 그녀는 1998년 1월 10일 0시 정각에 태어났다. 그러나 취미나 그의 행적, 가수로서의 직업, 의류브랜드 '애늬'의 모델, 시집과 컴퓨터 관련 책을 집필하고 현대방송에서 VJ로 활동중이다. 어쩔 수 없이 현실의 투사가 이루어진 구체적 인간의 행동을 반복하고 있다.

세 번째 사이버캐릭터인 가수 사이다²⁶⁾는 LG인터넷의 인터넷PC통신서비스 <채널아이>에 사이버 여가수로 등장한다. 이어 도우미·영화배우 등으로 점차 활동범위를 넓혀가려 한다. 사이다의 탄생 배경을 살펴보면 1982.3.2 서울대학교와 구미 전자통신연구소를 잇는 SDN(System Development Network) 라인의 한 곳에서 우리 나라 인터넷의 시작(TCP/IP 프로토콜의 첫 신호)과 함께 탄생. 1984.12하드디스크 안에서 잠들어 있던 중 우연히 음악 소리를 듣게되면서 이후 스스로의 존재에 대해서 인지하기 시작. 키 1백68cm, 몸무게 45kg의 귀여운 얼굴과 날씬한 몸매에, 취미는 오토바이 타기, 웹서핑 하기 그리고 뮤직비디오를 보며 춤추고 노래하기 등이다. 기존의 아담, 류시아 등의 사이버 가수와 달리 동작 및 댄스부분에서의 자연스럽고 리얼한 모습은 사이다의 최대의 장점이다. 사이다 또한 이상형적인 외모와 성향을 가지고 있다. 사이다의 개발을 맡았던 예스네트는 기존 사이버캐릭터의 무표정한 얼굴을 극복하기 위해 최대한 살아있는 표정작업에 역점을 두었다.²⁷⁾ 이상과 같이 사이버 캐릭터의 탄생에서 부여되는 시각적 정보적 요소는 매우 신화적이고 엔터테인먼트적 성향이 강함을 알 수 있다.

이외에도 대학의 홍보 역할을 하는 대학생 라이언(경희대-인터넷도우미)²⁸⁾, 스노우(숙명여대-인터넷 도우미)²⁹⁾, 서울공대의 과별 사이버 캐릭터³⁰⁾등이 있다. 이들은 모두 학생신분으로서 위에 언급한 특징을 갖추고 있다. 그러나 서울공대의 캐릭터는 위에 언급한 전형적인 캐릭터의 특징을 가지고 있는 가장 캐릭터 성격이 강하다. 기존의 사이버캐릭터는 인간을 본떴지만 서울공대는 각과 가지고 있는 특징을 시각화하거나 상징화 시켰다.

한경제 기자(웹신문-한국경제신문)³¹⁾, 한미은행의 나한미 대리³²⁾, 인터넷 쇼핑 이지클럽에서 쇼핑도우미로 활동중인 신이나 등은 정보를 제공하는데 목적을 두고 탄생되었다. 짜루³³⁾는 아기과자 베베CF에 출연하였는데 짜루의 동작들은 오디션을 거친 댄서들의 춤을 모션 캡처해서 받은 것으로 소프트이미지에서 애니메이션하였다. CF에 사용된 동작들은 대행사 측과 협의하에 만들어진 것들이고 전체적인 Skin tone과 조명 등은 Digital Effect Software 인 'Flame'에서 합성, 편집되었다.³⁴⁾ SBS에서 활동중인 나잘란 박사는 방송 기술의 첨단인 페이스 캡처(Facial Capture)를 바탕으로 인간보다도 섬세하고 강한 표정과 인상을 자유자재로 표현한다. 3차원의 모델링 데이터에 음성인식 소프트웨어를 탑재하여 성우의 목소리를 그대로 표정으로 표현해 낼 수 있게 하는데, 이 기술은 국내외에서 실제 공중파 방송에 적용한 사례를 찾기 힘들 정도로 정교하고 첨단적인 기술이다. 이 페이스 캡처 기술과 함께 모션 캡처를 사용하여 나잘란의 자연스러운 손동

26) <http://www.cyda.co.kr>
27) <http://www.cyda.co.kr>
28) <http://www.kyunghee.ac.kr/lion>
29) <http://snow.sookmyung.ac.kr>
30) <http://gong.sun.ac.kr/character>
31) <http://www.ked.co.kr/Keddy/Keddy.html>
32) <http://www.korambank.com>
33) <http://www.channeli.net/zzaloo>
34) 월간 임프레스

23) 월간 HOWpc 98년 1월호. 하우피씨 24時 中
24) <http://www.lusia.com>
25) 폴리곤(Polygon)은 3D 애니메이션에서 쓰이는 단위이다. 삼각형에서부터 계속 덧붙이면 원으로 확대되어지는 것을 의미하는 것이다. 지금 지정된 류시아의 키는 처음 모델링에서 계산된 크기이다.

작과 몸동작 등을 개발하여 사람과 거의 흡사한 캐릭터가 창조되었다. 또한 롤루 랄라의 경우 모션캡처 방식도 기존의 마그네틱이나, 기계식 방식이 아닌 작은 공간을 몸에 붙여 캡처 받을 수 있는 옵티컬방식을 취하고 있어 행동 반경이 아주 크다는 장점이 있다. 주 사용 컴퓨터그래픽 소프트웨어는 3D 맥스2.5를 사용했다.³⁵⁾ 이 밖에도 KBS TV 하나둘셋의 팡팡, VJ 등 사이버캐릭터가 계속 탄생되고 있고 이들은 계속적으로 현실과 관계짓기 위한 요소를 갖추고 있다.³⁶⁾

4-2. 국외 사이버 캐릭터의 활동 상황

사이버캐릭터의 첫 탄생은 일본에서 나왔다. 세계 최초의 사이버 아이돌 1호 '다테 코코(date kyoko)' 이다.

1994년 중반 일본의 엔터테인먼트 회사 호리 프로(Horipro)에서는 인기 연예인들의 복잡한 일정 관리에 너더리가 난 매니저들이 스케줄 걱정도 없고, 불만도 일체하지 않고, 더블 트리플 부킹도 OK인 연예인들이 없을까 궁리한다. 수면시간, 체력도 생각하지 않고 언제나 신나게 활동 할 수 있는 스타를 꿈꾼 것이다. 그러던 중 누군가 갑자기 "컴퓨터로 인간을 만들어 스타로 키워보자"라는 제안을 하게 된다. 그때까지 486PC로 윈도 3.1을 사용하던 시절이어서 이 의견은 더욱 황당하게 들릴 수밖에 없었다. 불가능할 것으로 여겨지던 이 프로젝트는 진행되고, 매니저, 음악 전문가, AE전문가, 방송 제작자, 홍보 등 각분야의 뛰어난 스타메이커들이 모여 극비리에 프로젝트를 결성하게 됐다.

'비주얼사이언스 연구소'의 특수 컴퓨터 그래픽 디자이너 12명이 신체의 움직임을 만들어 내기 시작했다. 가정용 게임기나 공상 영화에서 사용되고 있던 모션 캡처(Motion Capture, 실제 인간의 움직임을 센서로 해독하여 컴퓨터 그래픽 상의 움직임으로 이식하는 기술)를 사용했다. 미세한 얼굴 표정과 말하거나 노래할 때 입의 움직임을 실제 인간과 똑같이 만들기 위해 얼굴과 입에 센서를 부착시켜 디지털 신호로 컴퓨터에 전달하는 페이스 트래킹(face tracking), 립 싱크(lip sync)와 같은 기술도 도입했다. 제작시 사용된 소프트웨어는 프리즘(PRISM, 현재 후디니(Houdini)라는 이름으로 업데이트됨)으로, 특수 영상 효과에 많이 사용되는 것이었다.

세계적인 애니메이션인 <아키라>와 <공각기동대>등이 이 소프트웨어로 제작되었다. 영화 <캐스퍼> 등에 사용된 '커팅 엣지'(Cutting-edge) 라는 특수 컴퓨터 그래픽 기술을 이용하였으며, 미국 출신의 댄서를 고용해 무대 위에서 실제로 촬영한 영상 소스와 거의 유사하도록 그녀의 동작도 만들었다.

그렇게 20개월에 걸쳐 8,000만엔(약 8억원)의 거액이 투자됐고, 각고의 노력 끝에 한 소녀를 완성시킨다.

주어진 성격들을 살펴보면 코드명 dk-96, 생일 1979. 10. 26, 출생지 동경도 후소시(fusso, tokyo, japan), 키 163cm, 몸무게 43kg, 신체사이즈 33-22-32, 시력 left:0.2 right:0.3(평소엔 안경 착용), 별자리 전갈좌(scorpio), 혈액형 A로 사이버스페이스에서만 존재하는 가상의 인간, 즉 사이버 아이돌이다.

그리고 2년 후, 다테 도쿄는 디키(DIKI)라는 이름으로 한국에 진출하게 된다. 한국의 TV프로덕션사인 인디컴과 일본 호리 프로사의 계약으로 한국으로 활동 무대를 바꾼 것이다. 발전된 기술을 도입하고, 보다 독창적인 콘텐츠와 마케팅 기법이 더해지고 있다. 특히 은밀한 기대감을 자극할 수 있는 몽환적 느낌의 신비로움을 강조하고, 기존 3D 소스를 최대한 활용해 섹시한 이미지

를 창출시키고 있다.³⁷⁾ 보다 성숙한 여성으로 다시 태어났다. 디키는 활발한 팬클럽 활동 및 통신상에서의 정팅, 회원 정보지 등으로 확고한 사이버캐릭터의 역할을 하고있다.³⁸⁾

미국의 댄싱베이비³⁹⁾는 키넥트사에서 97년 개발한 캐릭터이다. 본명은 Cha-cha이다. 현재 프랑스, 미국, 영국 등 각국 아기 저귀CF 등에도 등장하며, 홈페이지를 통해 셔츠 등 액세서리를 판매하는 한편, 뛰어난 춤 솜씨로 키넥트사의 그래픽 기술 수준을 간접적으로 홍보해 매출을 기대하고 있다.

영국의 라라 크로퍼드⁴⁰⁾는 007의 본드 걸을 연상하게 하는 29세의 맹렬 여성캐릭터이다. 라라 크로퍼드는 172cm에 초미니 차림의 글래머 여성으로 미디어에 의해 인공적 상품화를 당하는 전형적인 남성위주의 인물이다. 다른 사이버캐릭터와는 다르게 라라 크로퍼드는 액션PC게임 톨레이더가 인기를 끌자 사이버캐릭터로 개발된 캐릭터이다.⁴¹⁾

최근 엘리트 모델사에서 만든 수퍼모델 '웨이 루케이'⁴²⁾는 1년 정도의 제작기간과 100만 달러를 들었다. 다테 도쿄와 같은 이유로 스케줄 걱정이나 스캔들 문제, 나이 등과 상관없이 제작된 연예인 사이버캐릭터로 아시아, 아프리카, 유럽 등 여러 인종의 종합적 외양을 반영한 것이 특징이다. 지금까지 언급한 무국적화되고 자기 의견을 가진 살아있는 존재로서 인격화 시킨 것 등을 보면 사이버캐릭터의 전형성을 볼 수 있다.⁴³⁾

5. 사이버캐릭터의 문제점과 발전방향에 관한 모색

5-1. 사이버캐릭터의 문제점

사이버캐릭터는 지금이 시작 단계이다. 또한 정보화시대의 도래도 이제 출발선을 벗어났다. 사이버캐릭터의 여러 시도에도 불구하고 아직까지 사이버캐릭터는 기술의 발달로 인한 2D캐릭터의 3D로의 확장에 불과한 평가와 역할을 담당하는데 만족하고 있다. 당연한 결과로서 사이버캐릭터라 하더라도 어색한 움직임과 준비된 이미지만을 보여주며, 직접적인 대화가 이루어지는 것이 아닌 실제로 글을 쓰고 제반조건에 맞게 작업하는 사람이 있다는 사실을 전제한 상태에서 받아들여지기 때문이다. 또한 기술과 콘텐츠 개발에 있어서 부족한 것은 애니메이션과 커뮤니케이션의 테크놀러지에 대한 이해의 성숙과 이론적 근거의 부족에서 기인한다. 그러나 이러한 여러 가지 상황은 하나의 전초전적인 성격을 가진다. 지금까지의 사이버캐릭터가 기존 애니메이션의 확장이고, 단순 입력된 프로그래밍이라 하더라도 앞으로 우리가 하나의 세계라 인정한 사이버공간에서 그 역할을 감수하게 될 것이라는 믿음 때문인 것이다.

이외에도 사이버캐릭터의 개발에 있어 디자인적 측면에서의 문제점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째로 캐릭터 소재의 다양화이다. 지금까지는 주로 인간의 모습을 한 사이버캐릭터가 나왔다. 점차 기능 중심이나 상상의 형태를 지닌 캐릭터가 나타나고 있는 것지만 사이버캐릭터 특유의 특징인 공상과 꿈의 시각화라는 측면을 살릴 수 있는 캐릭터의 개발이 중요하다. 창의적인 아이디어가 번득이는 사이버캐릭터의 개발은 곧 사이버 활동에서 다중적 부가가치를 창조함을 인식하여야 한다. 그러한 면에서 서울대 공대의 사이버캐릭터는 개념의 시각화라는 명제를 풀어본 것이라 하겠다.

37) <http://www.diki.co.kr>

38) 월간 임프레스 p128~13.

39) <http://www.aster~x.com/DancingBaby/dancingbabyhome.html>

40) <http://www.tombraider.com>

41) 디자인네트, 1999.4월, VOL19, p28~41.

42) Illusion2K/www.illusion2k.com

43) 조선일보, 1999.9.6.

35) 디자인신문, 1999.9.2.

36) 디자인네트, 1999.4월, VOL19, p28~41.

두 번째는 표현의 독창성이다. 앞으로는 기본적 아웃라인만 그려도 자동으로 3D형태가 생성되는 프로그램 등이 탄생 될것이고 또한 점차 나타나고 있다. 44) 점점 3D형태의 사이버캐릭터가 활성화 되고 장르도 게임, 스크린 세이버, 도우미 기능의 인터페이스, TV 프로, 영화 등 간단한 생활 주변에서 커다란 기능을 가진것까지 상상을 초월할 정도로 다양해 질 것이다. 따라서 규모의 경제와 디지털화가 대대적이고 조직적으로 이루어짐에 근거한 독창적인 사이버캐릭터의 개발이 되어야한다. 그러기 위해서는 디자이너도 표현적 방법과 함께 연관 학문인 인지과학과 컴퓨터 전반의 기술력의 배양까지도 염두에 둔 디자인 사고를 갖춰야 할 것이다. 세 번째 사이버캐릭터의 초기 단계에서부터 문화적 접근이 이루어져야 한다. 사이버캐릭터의 무대는 전세계를 대상으로 한다. 따라서 무국적인 측면과 매우 전통적인 측면이 조화를 이루어 보편적이면서도 독특한 캐릭터를 갖추어야 할 것이다. 따라서 세계 시장 진출을 위한 전략적인 글로벌화된 사이버캐릭터의 개발이 시급하다.

5-2. 사이버캐릭터의 발전방향에 관한 모색

세계는 이제 기존의 1,2차 산업의 우위보다는 어떻게 정보화시대에 맞춘 산업을 하는가에 앞으로의 3차 산업의 경쟁력이 달려 있는 것이다. 따라서 사이버캐릭터는 하나의 기회이고 상품성이 있는 실용적인 것이다. 정보 콘텐츠 산업 경쟁은 결국 문화전쟁이요 경제전쟁이다. 멀티미디어 기술의 발달과 미디어의 융합현상으로 인하여 구제내용과 그 형태는 근본적으로 변해야 한다고 하였다. 외부환경의 변화, WTO협정에 의하여 우리 나라는 중요 정보 통신 시장을 1998년까지는 부분적으로 그리고 2000년에는 완전개방을 하도록 되어 있다. 45) 이는 우리 나라 시장의 주도하에 콘텐츠를 개발해야 하는 당위성을 갖는다.

지금까지 보아 온대로 사이버캐릭터의 인기는 더 많은 자본의 투자에 의한 율동한 콘텐츠의 개발에 좌우되고 있는 실정이다. 이것은 자본주의 속성이라 할 수 있다. 빠른 속도와 생생한 현장감을 통한 만족에 호응하는 것이 인지상정이기 때문이다. 결국 사이버공간에서도 자본에 따라 시장이 이동하고 기술이 따라간다고 할 수 있다. 경쟁에서 우위적인 위치를 차지하는 관건은 꾸준한 기술적 노후의 축적과 앞에서 언급한 소재의 다양화, 독창성이 있는 아이디어, 문화적 접근을 바탕에 둔 표현 등에서 얼마나 가치있는 캐릭터가 개발되는가이다. 이것은 연결고리를 갖는 여러 상품과 지속적인 교환이 가능하기에 기하급수적 이익의 산출을 얻을 수 있는 것이다. 때문에 초창기 활발한 활동을 보이고 활용에 있어 다양한 접근을 시도하는 기운이 도는 것을 긍정적으로 보아야한다. 또한 사이버시장은 앞으로 5년 후 약 7백억 개로 늘어날 차세대 시대에 부족한 양질의 콘텐츠를 채울 수 있는 대안으로 떠올라 크게 성장할 분야로 관련 업계는 해석하고 있다. 46) 또한 사이버캐릭터는 애니메이션과 게임, 엔터테인먼트 등의 차세대 정보 콘텐츠 산업에서 가장 핵심이다. 이를 중점적으로 육성한다면 세계 시장에서도 경쟁력을 가질 수 있다. 47) 따라서 사이버 공간에서 사이버캐릭터의 활용가능성을 살펴보면 인터넷 환경에서 발전되는 커뮤니케이션의 변화에 따른 인터페이스 환경에서 그 의미를 찾을 수 있다. 서덜랜드(Sutherland)에 의하면, 대상에 대한 완벽한 복제(essential copy) 및 물질적 세계의 한계로

부터의 탈피- 물질 초월(physical transcendence)-에 있다고 할 때, 가상공간에서의 네트워크와 가상공간은 결합되어질 것이다. 최근 들어 새로운 인터넷 언어(internet language)로 주목받고 있는 VRML(Virtual Reality Markup Language)이나 쌍방향의 가상체험을 가능케 하는 3차원 게임인 MUD(Multi-User Graphic) 등등과 같은 다양한 형태의 플러그인(Plug-in)은 그와 같은 가상현실 기술의 현재화를 의미하는 것이다. 이와 같이 사이버캐릭터는 현실과 같은 영상화, 이미지화에 대한 핵심이 되어갈것이다. 미래에 사이버캐릭터는 엔터테인먼트 기능에서 더 확대되어 생활전반적인 인터랙티브적 요소에서 두각을 나타낼 것이다. 직접 키보드를 누르는 대신에 사이버캐릭터와 대화함으로써 작업을 수행할 수 있는 것이다. 예를 들어 캐논에서 개발하는 쇼윈도우 프리젠테이션(48)에서 사이버캐릭터를 투사하여 고객의 관심을 유도하거나 스크린 세이버, 인터넷 가전제품 등에서 도우미 역할 등을 할 수 있을 것이다. 또한 계속되는 연구는 앞에서 서술한 것처럼 후각, 촉각과 같은 물리적 성향까지도 실제와 같이 느낄수 있는 기술을 가능하게 할 것이다.

마지막으로 위에서 언급했듯이 사이버세계는 물리적 세계와 다르게 국적의 개념이 없다. 그러나 콘텐츠의 소비자는 분명 유형적 생활을 영위하고 실제의 삶을 살고 있다. 또한 세계를 이루는 것은 민족적 성향이 모여 기여하는 것이다. 따라서 사이버캐릭터개발의 개발 컨셉에 있어 지역적 특수성과 세계적 보편성이라는 특징을 살릴 수 있어야 할 것이다. 이러한 것을 바탕으로 사이버캐릭터를 제작한다면 세계시장에서 생존할 수 있는 캐릭터의 창출이 될 것이다.

6. 결론

오늘날 멀티미디어시대를 이끄는 디지털은 테크놀러지이기. 이전에 하나의 문화이다. 오히려 '정보'를 세계의 구성 원리라 바라보는 새로운 대안을 내놓기도 한다. 49) 앞으로의 세계는 인터넷과 기존의 커뮤니케이션 시스템과의 싸움이 될 것이다. 니그로폰테가 말했듯이 "고도의 상호 커뮤니케이션이 이루어지는 탈중양화된 구조가 훨씬 더 탄력적이어서 생존 가능성이 크다"라고 말한다. 그 반대의 예측도 가능하지만 새로운 커뮤니케이션의 급속한 확산을 본다면 그 가능성을 예측하기가 어렵지 않다. 기술혁신은 그 템포를 점점 더 빨리 하고 있다. 거대한 변화가 온다는 것, 그리고 새로운 기술을 수용하는데 방대한 투자가 필요하리라는 것은 예상하기 어렵지 않다. 시대에 뒤떨어지지 않기 위해서는 보다 먼 미래를 내다보면서 변화에 대비해야한다. 50)

본 연구자는 사이버캐릭터가 하나의 콘텐츠로서의 가능성을 충분히 갖추고 있다고 보았다. 지금까지 탄생되어지고 활동하고 있는 사이버캐릭터를 분석해 봄으로써 이러한 것을 확인할 수 있었다. 사이버캐릭터의 개발에 있어 하드웨어적 측면인 컴퓨터프로그램이나 컴퓨터기능의 확대가 중요한 변수가 되어질 것이다. 그러나 소프트웨어적 측면인 문화, 감성 등의 시각화가 새로운 가치를 가질 수 있음을 인식하여야 한다.

국내 연관 산업인 애니메이션, 캐릭터 산업은 분명 미국 일본 등에 뒤진다. 그것은 단기간, 급성장에 따른 축적된 노하우의 부족에서도 원인을 찾을 수 있을 것이다. 또한 지나친 상업성에 치중한 나머지 유행만을 좇아 작품성과 시장성을 갖지 못한 저급품

44) 월간 디자인 1999. 10. p140~149

45) 김정택, 새로운 커뮤니케이션 정책 연구 p43~44.

46) 월간 HOWpc 98년 1월호, 하우피씨 24時 中

47) 정진오, 사이버캐릭터의 디자인적인 표현에 관하여, p26.

48) 첨단산업기술 정보, 삼성경제 연구소, 1999. 10. 22

49) 공용현, 정보론적 존재론의 함축, 논문

50) 유민 흥진기 전기간행위원회, 유민 흥진기 전기, 중앙일보사, 1993. p405

을 생산하는 원인이 되고 있다.

따라서 본 연구는 사이버캐릭터의 탄생 배경과 전반적 개발 현황 등을 통해 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

첫째 사이버공간상에서의 독창적인 시각화 작업이다. 사용자에게 선택되어지는 사이버캐릭터는 소재가 독특하거나 친숙한 이미지 일 것이다. 이는 여러 가지 활용이 가능한 기능성과 부가 가치를 얻을 수 있는 사이버캐릭터의 개발이 관건이 되기 때문이다.

두 번째 사이버캐릭터가 갖는 인터랙티브한 특성을 최대한 높일 수 있는 제작이 필요하다. 이것은 축적된 기술력과 매력있는 캐릭터의 개발에 따른다. 유저(user)가 사용하기에 적합한 프로그램을 보기 좋게 시각화하는 것이 가장 중요하기 때문이다. 이러한 인터랙티브한 요소를 살리기 위해서는 적절한 적용을 위한 연구가 수반되어야 할 것이다.

세 번째 사이버캐릭터의 개발에 있어 문화적 접근이다. 사이버캐릭터가 갖게 되는 사이버공간의 문화적 특성을 인지함으로써 그 발전성을 꾀할 수 있는 것이다. 성공적인 사이버캐릭터는 그 콘텐츠의 핵이 되는 문화의 창조적 관점에서 접근하여야 한다.

마지막으로 사이버캐릭터의 새로운 가치인식의 확산이 필요하다. 캐릭터와 마찬가지로 사이버캐릭터는 하나의 콘텐츠이다. 아무리 이미지가 좋아도 사장되는 것은 치밀한 마케팅의 전개와 활용의 부족에서 기인한다고 보여진다. 따라서 사이버캐릭터의 배경이 되는 사이버공간의 특성과 맞물려 통합적으로 이해해야 하겠다.

사이버캐릭터는 하나의 콘텐츠이다. 그러나 그 잠재력은 무궁무진하다고 볼 수 있다. 사이버캐릭터의 위상은 지금의 추이를 살펴보면 지속적인 발전을 할 것임에 틀림없다. 따라서 시각 정보 콘텐츠의 핵심이 될 수 있는 사이버캐릭터의 개발과 지속적인 연구는 당연한 귀결이 되는 것이다.

참고문헌

- (1) 서울대학교 사회발전연구소, 지식 정보사회학, 1998.
- (2) 전자신문 98/05/281
- (3) 백옥인 역, 디지털이다. 박영출판사, 1995.
- (4) 김진홍 역, 미디어는 맛사지다. 열화당 1995.
- (5) 전석호, 뉴미디어와 사회변동, 나남, 1995
- (6) 김성기 역, 뉴미디어철학, 민음사, 1994
- (7) 박승관 외 역, 글로벌 네트워크, 전예원, 1997.
- (8) 서규환 역, 정보화 사회와 문화의 미래, 디자인하우스, 1992
- (9) 이현우, 인터넷 이용자의 사회적 커뮤니케이션 행위에 대한 연구, 1998.

그림자료



그림1. 룰루 달라

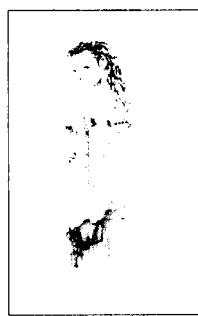


그림2. 류시아



그림3. 라라 크로퍼드

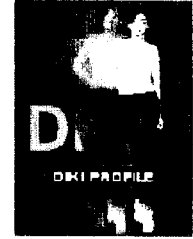


그림4. 다테도쿄



그림5. 사이다

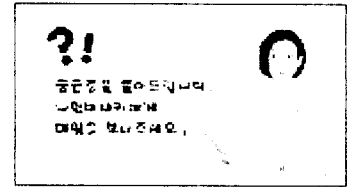


그림6. 한미은행 나한미 대리



그림7. 라이언



그림8. 서울대 공대 학과 캐릭터



그림9. 웨비 투케이

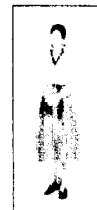


그림 10. 스노우

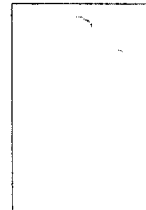


그림11. 짜루



그림 12. 댄싱베이비



그림13. 사이버기자 한경제