

Web환경에 따른 아바타 캐릭터의 사용자 선호 Type에 관한 연구

A Study on the User Preference Type of Avatar Character in the Web Environment

강민수(Kang Min-Su)

전북대학교 디자인 제조공학과

조동민(Cho Dong-Min)

전북대학교 디자인 제조공학과

1. 서론

- 1-1 연구배경 및 목적
- 1-2 연구방법

2. 연구모델 구축을 위한 이론적 고찰

- 2-1 아바타 캐릭터의 개념
- 2-2 아바타 캐릭터의 특성
- 2-3 아바타 캐릭터의 사용현황
- 2-4 아바타 캐릭터사용에 대한 일반적 반응
 - 2-4-1 부정적 의견
 - 2-4-2 긍정적 의견
- 2-5 아바타 캐릭터의 개성
- 2-6 아바타 캐릭터의 Type
 - 2-6-1 아바타 캐릭터 Type에 대한 현황
 - 2-6-2 아바타 캐릭터 Type의 표본

3. 본론

- 3-1 연구범위 및 조사방법
 - 3-1-1 일반 캐릭터 설문조사를 위한 자극물
 - 3-1-2 탄생시점 아바타 캐릭터 설문조사를 위한 자극물
 - 3-1-3 개성부여시 아바타 캐릭터 설문조사를 위한 자극물
 - 3-1-4 실사 아바타 캐릭터 설문조사를 위한 자극물
- 3-2 연구프로세스
- 3-3 일반 캐릭터에 대한 선호분석
- 3-4 탄생시점 아바타 캐릭터에 대한 사용자 선호분석
- 3-5 개성부여에 따른 아바타 캐릭터에 대한 사용자 선호분석
- 3-6 실사 아바타 캐릭터에 대한 사용자 선호분석

4. 상호비교를 통한 분석

- 4-1 일반 캐릭터와 탄생시점 아바타 캐릭터의 비교분석
- 4-2 일반 캐릭터와 개성부여에 따른 아바타 캐릭터의 비교분석
- 4-3 그래픽 아바타와 실사 아바타 캐릭터의 비교분석

5. 결론

(要約)

Web환경의 발달로 인해 아바타(Avatar), 사이버캐릭터(Cyber Character), 사이버 펫(Cyber Pet), 이모티콘(Emoticon)등의 멀티미디어 캐릭터들이 등장하게 되었다. 인터넷 사용자들은 과거에는 Web의 익명성에 매료되었다면 현재는 이러한 멀티미디어 캐릭터를 이용하여 자신을 표현하고 나타내고자하는 욕구들이 늘어나고 있다. 따라서 본 연구에서는 다양한 멀티미디어 캐릭터 중에 아바타 캐릭터 Type에 대한 사용자들의 선호도와 선호요인을 조사하여 일반 캐릭터와 상호비교 해봄으로써 기존의 일반 캐릭터와는 다른 아바타 캐릭터만의 특성에 대해 알아보고 아바타 캐릭터 제작시 가장 효율적인 접근 방법을 제시하고자 하였다. 그 결과 가장 효과적인 아바타 캐릭터 Type은 캐릭터의 형태나 성격, 느낌을 우선적으로 고려하기보다는 먼저 아바타 캐릭터의 기능적인 면을 고려한 즉 사용자의 개성이 좀더 어필 될 수 있어야 하며 사용자의 개성 연출에 적합한 Type으로 제작되어야한다는 결론을 내릴 수 있었다.

(Abstract)

It makes an appearance that multi-media of Avatar, Cyber-Character, Cyber-Pet, Emoticon caused by Web-Environment advancement.

Internet-User was fascinated by anonymous name of Web in the past but a desire goes on increasing to express oneself using the multi-media characters.

Therefore, this study investigates that the feature of avatar character different from the general characters as making a survey of preference of avatar characters type in the various multi-media characters and presenting an efficient method at the making avatar characters.

Consequently, the most efficient avatar characters type have to be concerned about functional factors rather than feature, feeling.

exactly, it must be make conspicuous to personality of user and must make suitableness type of personality.

1. 서론

1-1. 연구배경 및 목적

아바타(avatar)와 비슷한 개념을 접한 것은 꽤 오래 전의 일이라고 할 수 있다. ‘다마고치’, 사이버 가수 아담과 사이다 등도 ‘분신(分身)’이라는 같은 개념의 연장선상에 놓여 있다. 그러나 국내에서 주목을 끌기 시작한 것은 아마 ‘세이클럽’이라는 인터넷 채팅 사이트에서 도입한 아바타가 활성화되기 시작하면서부터이다.¹⁾

과거의 네티즌들은 ‘익명성’에 매료되었지만 이제는 자신을 ‘표현’하려는 욕구를 느끼고 있다. Web환경의 변화와 통신의 발달로 인터넷 사용자들의 욕구가 다양해짐에 따라 아바타와 같은 캐릭터를 이용해 사이버 커뮤니티를 공유하게 되었고 또한 가상공간(Cyber Space)에서의 생활하는 시간이 길어짐에 따라 실시간 대화라든지 가상 이벤트 참여 등의 활동에서 행위, 복장 등을 연출하며 자신의 캐릭터를 나타낼 수 있는 아바타를 통해 내가 살아가는 방식 또는 남들을 만나는 얼굴, 기타 요소로서 중요한 자기 표현 수단으로 활용되고있다.²⁾ 또한 채팅·커뮤니티·게임처럼 회원들의 활동이 많고 관여도가 깊은 사이트 뿐만 아니라 일반 쇼핑몰이나 포털사이트, 모바일 인터넷까지 아바타의 활용 범위는 계속 확산되어 지고있다.

이렇듯 사이버 커뮤니티에서의 아바타 캐릭터의 활용이 많아지고 아바타를 이용하는 사용자들의 욕구가 다양해지고는 있지만 현재 Web상에서 제공되는 다양한 아바타 캐릭터들은 사용자들의 욕구와 필요를 충분히 만족시키지 못하고 있다. 따라서 본 연구는 마치 현실 세계와 같이 자신만의 개성을 살릴 수 있는 아바타 캐릭터의 사용자 선호를 조사하여 기존의 캐릭터와는 다른 아바타 캐릭터만의 특성에 대해 확인하고 좀더 가상공간에 적합하며 사용자에게는 만족스럽고 효율적인 아바타 캐릭터의 type을 제공하여 아바타 캐릭터 제작 시 효율적인 지침을 제시하고자 한다.

1-2. 연구방법

본 연구는 첫째로 이론적 고찰을 통해 일반 캐릭터와 아바타 캐릭터의 특성에 대해 알아보며 둘째로 일반 캐릭터와 초기(탄생시점) 아바타 캐릭터, 그리고 점차 사용자의 개성을 부여하며 달라지는 아바타 캐릭터의 선호 Type과 선호요인을 비교 분석하고 마지막으로 그래픽 아바타와 실사 아바타의 선호 Type과 선호요인을 비교 분석하여 좀더 효과적인 아바타 캐릭터의 Type을 제시하고자 한다.

설문방법은 객관성을 높이기 위해 실제 인터넷 사이트를 이용한 아바타 Mall를 제작하여 조사해보고 상호 비교 분석하여 결과를 제시하도록 하였다.

1) <http://www.lgad.co.kr>

2) 김조희, 사이버커뮤니티에서 멀티미디어 캐릭터의 존재의미와 활용방안에 대한 실태분석, 홍익대, 2001. p.3

2. 연구모델 구축을 위한 이론적 고찰

2-1. 아바타 캐릭터의 개념

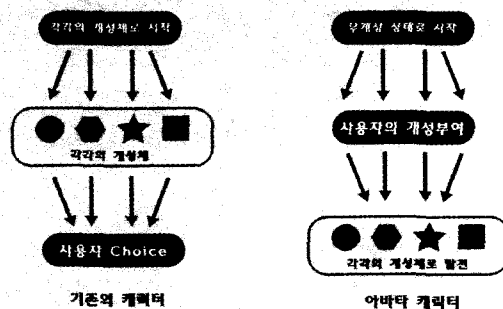
아바타는 분신(分身)·化身(化身)을 뜻하는 말로, 사이버공간에서 사용자의 역할을 대신하는 애니메이션 캐릭터이다. 원래 아바타는 내려오다, 통과하다라는 의미의 산스크리트어 Ava와 아래, 땅이란 뜻인 Terr의 합성어이다.

고대 인도에선 땅으로 내려온 신의 화신을 지칭하는 말이었으나, 인터넷시대가 열리면서 3차원이나 가상현실게임 또는 웹에서의 채팅 등에서 자기 자신을 나타내는 그래픽 아이콘을 가리킨다. 아바타는 그래픽 위주의 가상사회에서 자신을 대표하는 가상육체라고 할 수 있다.³⁾

2-2. 아바타 캐릭터의 특성

일반 캐릭터는 각각의 스토리나 성격등이 이미 제작시에 결정되어서 이러한 영향 요소들로 인해 어떠한 캐릭터 Type을 결정짓게된다. 즉 일반 캐릭터는 탄생시점에서부터 어떠한 성격이나 Type을 가지고 태어나 소비자에게 개성을 어필하며 각종 소비활동과 이벤트, 애니메이션, 광고등에서 활용된다. 그러나 아바타 캐릭터는 각각 사용자들의 적극적 참여를 통해 사용자 개개인의 기호와 성격에 맞게 개성이 부여되면서 발전하는 캐릭터라고 볼 수 있다.

[그림1] 기존의 캐릭터와 아바타 캐릭터와의 특성비교



2-3. 아바타 캐릭터의 사용현황

현재 아바타가 이용되는 분야는 채팅이나 온라인게임 외에도 사이버 쇼핑몰·모바일(그림4)·가상교육·가상오피스 등으로 확대되었다. 최근 가장 각광받는 분야는 온라인채팅서비스로, 아이콘채팅(그림2), 3차원 그래픽채팅(그림3) 등의 아바타를 이용한 채팅서비스가 도입되었다. 기존의 아바타는 2차원으로 된 그림이 대부분이었다. 머드게임이나 온라인채팅에 등장하는 아바타는 가장 초보적인 수준이었고 이러한 현실감이 떨어지는 문제점을 보완하여 등장한 것이 3차원 아바타다. 3차원 캐릭터는 입체감과 현실감을 함께 지닌 것이 장점이라고 볼 수 있으며 점차 3차원 아바타캐릭터가 게임이나 채팅, 가상공간에서 늘어나고 있는 추세이다.

아바타는 현실세계와 가상공간을 이어주며, 익명과 실명의 중간 정도에 존재한다. 과거 네티즌들은 사이버공간의 익명성에 매료되었지만 이제는 자신을 표현하려는 욕구를 느끼게 되

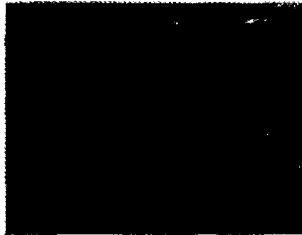
3) <http://100.empas.com/entry.html>

어 이 두 가지를 모두 충족시켜주는 아바타가 생겼나케 되었고 현재 다양한 분야에서 이용되고 있다.

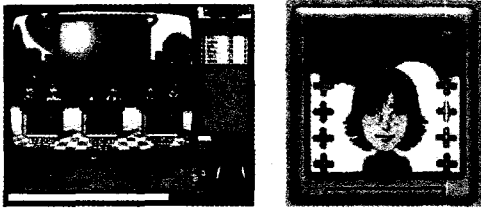
[그림2] 2D 아바타를 아이콘 채팅



[그림3] 가상공간에서의 3D 아바타 채팅



[그림4] 게임과 모바일에서의 아바타캐릭터



2-4. 아바타 캐릭터 사용에 대한 일반적 반응

아바타 캐릭터 사용에 대한 일반적인 사용자 반응은 다음과 같다.4)

2-4-1. 부정적 의견

- (1)사이버 공간에서 사용자의 자아확립에 부정적인 영향을 미친다.
- (2)사이버 공간에서의 재물을 물질화하여 빈부 차에 따른 갈등을 조장한다.
- (3)사이버 공간에서 시각적인 판별에 의존도를 높게한다.

2-4-2. 긍정적 의견

- (1)커뮤니케이션 상대를 시각화 하여줌으로 더 빠르게 이해할 수 있다.
- (2)사이버 공간을 실제공간과 더 쉽게 대입 시킬 수 있게 해준다.
- (3)사이버 공간에서 사용자의 개성의 연출이 용이하다.
- (4) 엔터테인먼트적 요소로서 흥미를 유발시킨다.

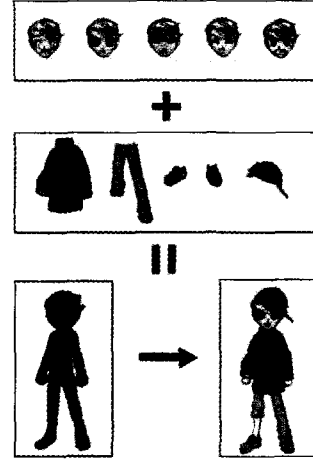
2-5. 아바타캐릭터의 개성

현재 제공되는 있는 아바타 캐릭터에 사용자가 자신의 기호와 성격에 맞게 개성을 표현하는 방법에는 얼굴에 표정을 부여하

4) 김조희, 사이버커뮤니티에서 멀티미디어 캐릭터의 존재의의와 활용방안에 대한 실태분석, 홍익대, 2001 pp.4-5

는 방법(슬픈표정, 기쁜표정, 화난표정, 우는표정, 놀란표정, 심심한표정) 등으로 표현되고 아바타 캐릭터에 자기 취향의 의상이나 악세사리, 애완동물 등을 치장, 이용함으로써 자기의 개성을 나타낼 수 있다. 이러한 개성을 사용자의 취향에 맞게 부여함으로써 하나의 완성된 캐릭터로 발전한다.

[그림5] 아바타캐릭터의 개성



2-6. 아바타캐릭터의 Type

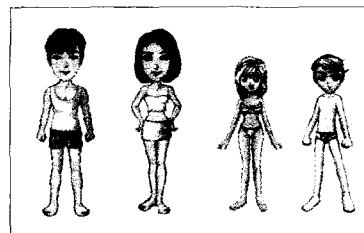
2-6-1. 아바타 캐릭터 Type에 대한 현황

현재 이용되고 있는 아바타 캐릭터의 Type을 보면 아바타를 제공하는 사이트별로 다양한 Type으로 제작되어짐을 알 수 있다.(그림6,7,8) 비례적으로 볼 때 실제 사람과 같은 8등신 비례에서 2등신, 3등신 정도의 작은 Type의 비례와 또한 묘사 정도에서는 세밀한 묘사에서 간략하고 생략된 묘사에 이르기 까지 현재 Web상에서의 아바타 캐릭터는 다양한 Type이 존재한다.

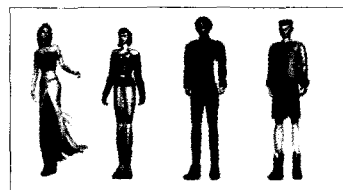
[그림6] www.e-wut.com와 www.daum.net의 아바타



[그림7] www.joyme.com과 www.damoim.net의 아바타



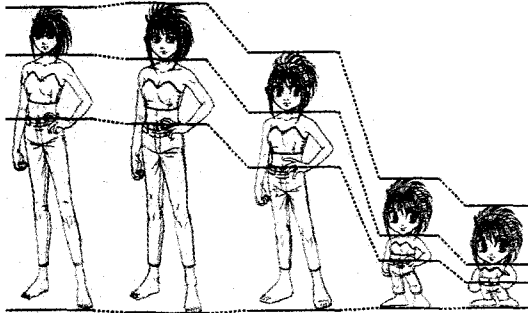
[그림8] www.neocos.net의 아바타



2-6-2. 아바타캐릭터 Type의 표본

위와 같이 가상공간에서의 다양한 Type의 아바타 캐릭터가 있지만 기존의 캐릭터 Type을 근거로 대표적인 아바타 캐릭터 Type을 분류해보면 그림9와 같이 Real타입, Normal타입, Comic타입, SD타입(super deformed), SD Mascot타입, 5가지 Type으로 구분지을 수 있다. Real Type은 등신비율이 8등신 정도로 신체비율이 이상적이라 할 수 있으며 묘사정도에 있어서도 세밀한 묘사인 반면 SD Mascot Type으로 가면서 등신비율도 작아지며 묘사정도도 단순화되는 캐릭터라고 말할 수 있다.

[그림9] 아바타 캐릭터의 Type, 왼쪽부터 Real타입, Normal타입, Comic타입, SD(super deformed)타입, SD Mascot타입



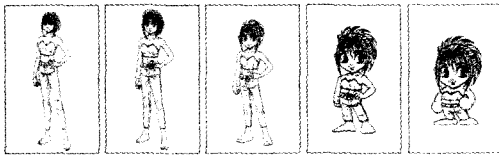
3. 본론

3-1. 연구범위 및 조사방법

연구범위는 현재 다양하게 이용되는 아바타 캐릭터의 영역중에 실제 아바타의 개성을 부여하는 공간인 아바타 Mall로 연구범위를 한정하고 일반캐릭터의 Type과 아바타 캐릭터의 Type에 대한 선호도와 선호요인을 조사하고 상호비교하였으며 마지막으로 그래픽 아바타와 실사 아바타를 상호비교하였다. 조사방법으로는 객관성을 높이기 위해 실제 인터넷 사이트를 제작하여 아바타 Mall에서 사용자가 직접 캐릭터를 조작해보고 난 후 개별면접 방식으로 조사하여 평균분석하였고 선호요인에 대한 조사는 각각의 선호요인을 그룹핑(Grouping)하여 추출하였다.

조사대상 : 디자인 전공학생 남,여 85명

3-1-1. 일반 캐릭터 설문조사를 위한 자극물

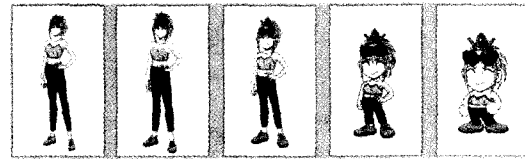


3-1-2. 탄생시점 아바타 캐릭터 설문조사를 위한 자극물

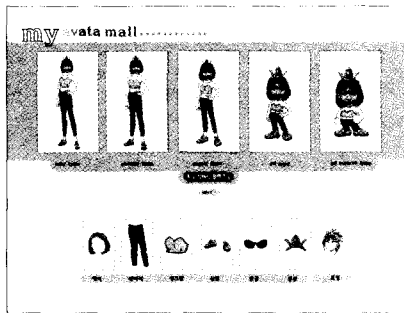


5) Tadasi Ozawa, 애니메이션 캐릭터만들기, 생각나라, 2000, p25

3-1-3. 개성부여시의 아바타 캐릭터 설문조사를 위한 Avatar Mall

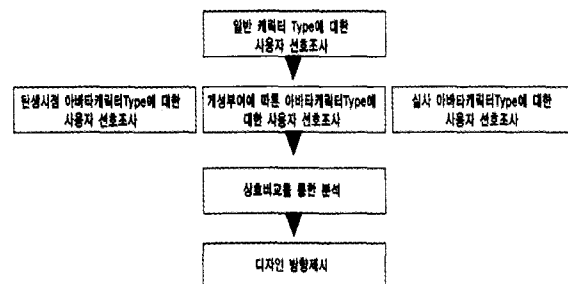


3-1-4. 실사 아바타 캐릭터 설문조사를 위한 Avatar Mall



3-2. 연구프로세스

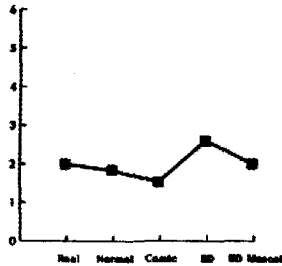
[그림10] 연구프로세스



3-3 일반 캐릭터에 대한 선호분석

5가지 캐릭터 Type을 표본으로 일반 캐릭터에 대한 사용자 선호도를 분석한 결과 각 Type에 대해 비슷한 선호도를 가지고 있었다. 선호요인을 보면 다양한 선호요인을 그룹핑한 결과 귀엽다, 예쁘다, 친근하다, 깜찍하다, 등의 캐릭터 자체의 형태나 성격, 느낌에서 인식되는 선호요인들로 조사되었다.

[표1] 일반캐릭터에 대한 사용자 선호도



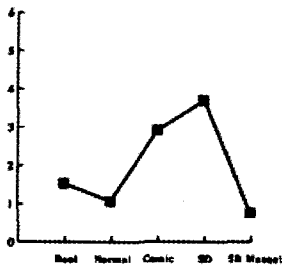
[표2] 일반캐릭터에 대한 선호요인 캐릭터의 선호요인

1	귀엽다
2	예쁘다
3	친근하다
4	깜찍하다
5	멋있다
6	사랑스럽다
7	호감이간다
8	사실적이다

3.4 탄생시점 아바타 캐릭터에 대한 사용자 선호분석

탄생시점 아바타 캐릭터 Type에 대한 선호도는 Comic Type 과 SD Type이 선호되는 것으로 조사되었다.

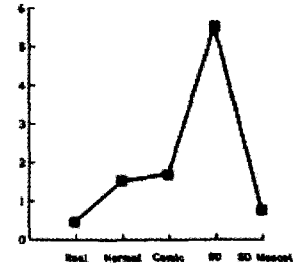
[표3] 탄생시점 아바타캐릭터에 사용자 선호도



3.5 개성부여에 따른 아바타 캐릭터에 대한 사용자 선호분석

개성부여에 따른 아바타 캐릭터 Type에 대한 선호도는 SD Type이 월등히 선호되는 것으로 조사되었다. 선호요인을 보면 다양한 선호요인을 그룹핑한 결과 개성 연출이 좋다, 표현 범위가 넓다, 개성부여가 자연스럽다, 의상부각이 잘된다 등의 아바타 캐릭터의 사용에 따른 기능적인 선호요인들로 조사되었다.

[표4] 개성부여시 아바타캐릭터에 사용자 선호도



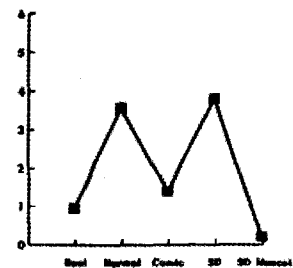
[표5] 개성부여시 아바타캐릭터에 대한 선호요인 개성부여시 아바타 캐릭터의 선호요인

1	개성연출이 좋다
2	표현의 범위가 넓다
3	개성부여가 자연스럽다
4	의상부각이 잘된다
5	표정이 잘살아난다
6	무난한 연출
7	적당한비례
8	사실적이다

3.6 실사 아바타에 대한 사용자 선호분석

실사 아바타 캐릭터 Type에 대한 선호도는 Normal Type과 SD Type이 선호되는 것으로 조사되었다.

[표6] 실사 아바타캐릭터에 대한 사용자 선호도



[표7] 실사 아바타캐릭터에 대한 선호요인

1	실제감
2	적당한 비례
3	어색하지않아서
4	균형감
5	개성연출이 좋아서
6	사랑스러워서
7	자연스럽다
8	안정적이다

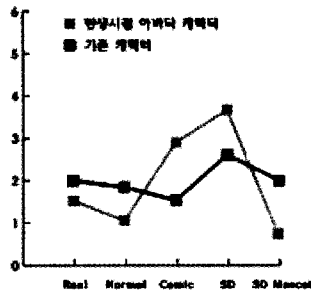
4. 상호비교를 통한 분석

4-1. 일반캐릭터와 탄생시점 아바타 캐릭터의 비교분석

일반 캐릭터 Type에 대한 선호도를 기준으로 '탄생시점 아바타'의 선호도를 비교해보면 일반 캐릭터에서는 다양하고 비슷한 선호도를 가지고 있지만 탄생시점 아바타 캐릭터에서는

점차 Comic Type과 SD Type으로 선호도가 증가되는 것으로 조사되었다.

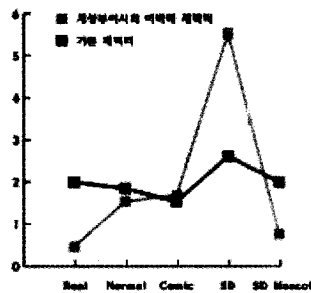
[표 8] 일반 캐릭터와 탄생시점 아바타 캐릭터와의 상호비교



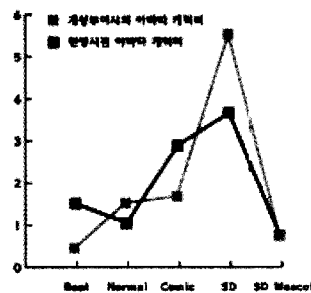
4-2. 일반 캐릭터와 개성부여에 따른 아바타 캐릭터와의 비교분석

일반 캐릭터 Type에 대한 선호도를 기준으로 '사용자가 개성을 부여해 볼 때의 아바타'의 선호도를 비교해보면 SD Type이 월등하게 선호되는 것으로 조사되었으며 또한 탄생시점 아바타 캐릭터와의 비교에서는 탄생시점 아바타 캐릭터에서는 Comic Type과 SD Type으로 양분되어 선호되었다면 개성 부여시의 아바타 캐릭터에서는 SD Type으로 압축되어 선호하는 것으로 조사되었다.

[표 9] 일반 캐릭터와 개성부여시 아바타 캐릭터와의 상호비교



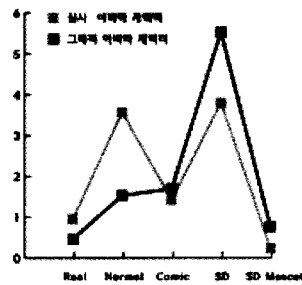
[표 10] 탄생시점 아바타 캐릭터와 개성부여시 아바타 캐릭터와의 상호비교



4-3. 그래픽 아바타와 실사 아바타 캐릭터와의 비교분석

그래픽 아바타 캐릭터와 실사 아바타 캐릭터에 대한 비교에서는 실사 아바타 역시 SD Type이 선호되지만 Normal Type도 비슷하게 선호되었다. Normal Type이 선호되는 이유는 얼굴이 실사 이기에 몸의 비례도 사람과 같은 비례를 선호하는 것으로 조사되었다.

[표 11] 그래픽 아바타 캐릭터와 실사 아바타 캐릭터와의 상호비교



5. 결론

일반 캐릭터 Type에 대한 선호도를 기준으로 '탄생시점 아바타'와 '사용자가 개성을 부여해 볼 때의 아바타' 선호도를 비교해보면 SD Type을 가장 선호하는 것으로 조사되었고 선호요인을 비교해볼 때 SD Type을 선호하는 요인은 일반캐릭터는 그 자체의 형태나 느낌이 선호기준이 되었으나 아바타 캐릭터는 그 사용에 따른 기능적인 면이 선호기준으로 나타났다. 이는 SD Type이 사용자들의 기능적인 면을 가장 충족시키고, 즉 사용자의 개성연출과 표현에 있어 가장 적합한 Type이라고 할 수 있다. 그러나 그래픽 아바타와 실사 아바타와의 비교에서는 실사 아바타 역시 SD Type이 선호되지만 Normal Type도 선호되는 결과로 볼 때 아바타 캐릭터 제작방법에 따라 사용자의 선호 Type이 변화되는 것을 알 수 있다.

Web환경의 변화와 발달로 네티즌들은 익명성보다는 자신을 표현하려는 욕구를 느끼고 있다. 따라서 아바타 캐릭터 사용자들은 자신을 표현하는데 적극성을 가지고 있고 개성을 연출하는 데도 다양한 방법을 요구하고 있다.

이에 본 연구를 통해 분석해본 결과 선호요인에서 나타나듯이 가장 효과적인 아바타 Type은 캐릭터의 형태나 성격, 느낌보다는 먼저 아바타 캐릭터의 기능적인 면을 고려한 즉 사용자의 개성을 좀더 어필 할 수 있어야 하며 사용자의 개성연출에 적합한 Type으로 제작해야 한다고 할 수 있다.

향후연구에서는 연령별로 선호하는 아바타 캐릭터 Type에 대한 연구의 필요성이 있으며, 아바타 캐릭터의 제작방법에 따라 사용자의 선호 Type이 변화하는 점을 확인한 바 제작방법에 따른 아바타 캐릭터 Type에 대한 선호를 좀더 세분화시켜 조사하여 본 연구와 비교할 필요가 있다고 본다.

참고문헌

- 김조희, 사이버커뮤니티에서 멀티미디어 캐릭터의 존재의 미와 활용방안에 대한 실태분석, 홍익대, 2001
- 박희정, 온라인 채팅에 아바타의 도입이 사용자의 매체에 대한 인지에 미치는 영향, 연세대, 2001
- 정혜원, 3D 사이버스페이스에서 아바타간 사회적 상호작용과 시각화 방법에 관한 연구, 연세대, 2001
- 최영진, 캐릭터의 기호적분석과 표현에 관한 연구, 국민대, 1996
- Tadas Ozawa, 애니메이션 캐릭터만들기, 생각나라, 2000
- 온디자인, 캐릭터디자인, 한국컴퓨터매거진, 1999.10
- <http://www.lgad.co.kr>
- <http://100.empas.com/entry.html>