

한국청소년문화연구소

ISSN 1975-2733(Print)/ 2713-797X(Online)

<청소년문화포럼>VOL.71

<http://dx.doi.org/10.17854/ffyc.2022.07.71.75>

청소년의 신(新)문화공간 사례연구:
메타버스 중 '제페토(Zepeto)'를 중심으로
A Case Study on the New Cultural Space for Youth:
focusing on the Meta-verse platform Zepeto

송 원 일

평택대학교 아동청소년교육상담학과 비전임교수

Song, Wonil

Lecturer, Department of Child and Youth Welfare, Pyeongtaek University

청소년의 신(新)문화공간 사례연구:
메타버스 중 ‘제페토(Zepeto)’를 중심으로1)
A Case Study on the New Cultural Space for Youth:
focusing on the Meta-verse platform Zepeto

송 원 일2)
Song, Wonil

국 문 요 약

본 연구는 메타버스 중 ‘제페토’에서 청소년들이 어떠한 문화 활동을 어떻게 하고 있는지 알아보기 위해 집합적 사례연구를 사용하였다. 제페토에서 청소년 8명과 채팅, 보이스(음성 대화), 짤메(제페토 메시지)를 통해 반구조화 질문지로 인터뷰를 실시하였다.

그 결과 도출된 시사점은 첫째, 제페토에서 나타난 청소년문화 활동은 교류 활동, 놀이 활동, 댄스 활동, 또래 활동, 소비 활동, 소통 활동, 아이돌 활동, 웹툰 활동, 팔로워 늘리기 활동, 패션 활동 등이다. 둘째, 제페토에서 나타날 수 있는 특징은 기존 청소년 모바일문화와 동일한 디바이스를 사용하기 때문에 유사할 수 있다. 셋째, 제페토는 청소년 모바일문화와 동일하게 메신저문화, 소셜게임 및 동영상 공유문화, SNS문화, 웹툰문화와 관련된 활동이 있다. 넷째, 제페토는 청소년 게임문화와 동일하게 채팅, 경제활동 그리고 랭킹시스템이 존재한다. 다섯째, 제페토를 통해 다른 나라에 대해 관심을 갖게 하거나 교류하는 공간으로 활용할 수 있다. 여섯째, 오프라인 놀이였던 민속놀이가 온라인에서도 할 수 있는 놀이로 확장되었다. 일곱째, 제페토에서의 경험이 자아정체성에 큰 영향을 미칠 수 있다.

시사점을 토대로 제언하면 다음과 같다. 첫째, 소통에 대한 교육이 필요하다. 둘째, 제페토를 교육적 공간으로 활용할 방안을 모색할 필요가 있다. 셋째, 온라인 놀이를 오프라인 놀이로 확장할 필요가 있다. 넷째, 자아정체성에 대한 교육이 필요하다. 다섯째, 메타버스를 낮선

1) 이 논문은 2021년도 한국청소년문화연구소의 청소년문화포럼 연구비지원 논문공모에서 연구비를 지원받아 수행된 연구임

2) 평택대학교 아동청소년교육상담학과 비전임교수

문화공간으로 인식할 필요가 없다.

주제어: 청소년 문화공간, 사례연구, 메타버스, 제페토

I. 서론

청소년들은 성인과 차별된 문화를 구축하고자 다양한 시도를 해왔다. 특히 X세대를 기점으로 기존의 형태 및 질서 등을 부정하는 청소년들의 문화가 형성되었다. 우리 사회는 오랫동안 전통적인 유교 양식에 근거한 성인 위주의 생활 양태가 주류를 이루고 있었다(정하성, 유진이, 2006, 11). 그러다 보니 청소년문화는 청소년들의 고유한 문화보다는 문제로서 인식되어왔다.

인터넷의 발달로 수많은 사람이 사이버 공간을 통해서 사회관계를 이루었다. 그리고 인터넷으로 인한 급속한 정보화와 세계화의 물결은 다양한 청소년문화를 부상시키기에 충분했다(정하성, 유진이, 2006, 26-27). 청소년들은 사이버 공간에서 새로운 독립공간을 만들었고, 성인들의 시야에서 벗어나 차별화된 문화를 구축할 수 있었다. 그러나 인터넷 사용이 전(全) 세대로 확장되고, 스마트폰의 보편화로 청소년들만의 공간은 또다시 줄어들게 되었다. 자신에 대한 개성적인 표현을 적극적이고 진솔하게 할 수 있는 SNS를 통해 청소년문화가 활발히 이루어지고 있지만, 대중적으로 사용되고 있는 SNS가 청소년들만의 문화를 구축할 수 있는 공간이라고 보기에는 어렵다.

최근 가상현실 기술이 발달하면서 VR기기를 통해 가상의 세계에서 활동할 수 있게 되었다. 더불어 다양한 VR게임이 출시되어 청소년들의 관심이 집중되었다. 가상현실 속 청소년들만의 공간을 구축할 수 있을 것만 같았다. 그러나 고가의 VR기기에 의해 진입장벽이 높아 청소년들의 가상현실 접근성은 떨어졌다. 2021년에 출시된 페이스북의 오쿨러스 퀘스트2는 저렴하긴 하지만, 그래도 청소년이 망설임 없이 구매하기에는 부담이 된다(이임복, 2021, 120). 소셜VR로 손꼽히는 'VRchat'은 PC로 접속해서 활동할 수 있지만, VR기기를 사용하여 적극적인 활동을 하는 다른 플레이어들에 의해 상대적 박탈감을 느끼고 이탈하는 경우가 증가하였다. PC방처럼 VR방이 전국적으로 생겨났지만, 고가의 VR기기에 의해 발생하는 비싼 이용료 때문에 대중들의 관심을 멀어져갔고, 이에 따라 가상현실 기술은 다시 몰락하는 것처럼 보였다. 그러나 2020년, 전 세계를 강타한 코로나19는 우리의 삶을 근본적으로 바꾸어 놓았다. 사람들은 집에서 일하고, 공부하고, 쉬면서는 게임을 했다. 자연스럽게 음식 배달이 늘었고, 간편결제가 증가했으며, 투자와 저축 역시 완벽하게 비대면으로 바뀌었다.

코로나19로 인해 일과 생활, 휴식 등 모든 것들이 ‘온라인 세상’으로 연결되는 변화가 이루어졌다(이임복, 2021, 33-34).

온라인 세상은 ‘디지털 지구’라고도 부르는데, 대중이 갖는 가상현실에 대한 기대보다 VR기기의 기술적 진보가 상당히 느리고 진행되고 있다. 그러다 보니 물리적 실재감 측면에서 VR 같은 느낌을 주지는 않지만, 경제적 실용성과 대중적 접근성을 고려한 ‘메타버스(Meta-verse)’가 언급되기 시작했다. 메타버스는 과거 ICT 생태계가 PC에서 스마트폰 중심으로 전환되었듯이 새로운 패러다임으로 변화를 불러올 플랫폼으로 부상하고 있다(과학기술정보통신부, 2022, 2).

메타버스란 가공, 추상을 의미하는 메타(Meta)와 현실세계를 의미하는 유니버스(Universe)의 합성어로 가상세계를 의미한다. 사실 메타버스란 용어가 세상에 처음 등장한 건 1992년 소설 ‘스노 크래시’에서였다(이임복, 2021, 6). 메타버스는 가상현실을 하위분류로 포함하는 더 넓은 개념의 디지털 세상을 말한다(김상균, 신병호, 2021, 40).

메타버스에는 ‘세컨드라이프’, 닌텐도의 ‘모여봐요, 동물의 숲’, ‘마인크래프트’, ‘로블록스’, ‘포트나이트 파티로얄’, SKT텔레콤의 ‘점프VR’, ‘Earth2’, ‘더샌드박스’, ‘디센트럴랜드’ 등이 있다. 그 중에서 최근 청소년 사이에서 주목받는 메타버스는 ‘제페토(Zepeto)’다.

제페토는 네이버제트(Z)가 운영하는 증강현실(AR) 아바타 서비스로, 국내 대표적인 메타버스 플랫폼이다. 제페토의 글로벌 누적가입자는 2억 명으로 조사되었고, 이 중 80%가 10대 청소년이다(중앙일보, 2021.07.24.). 제페토는 스마트폰으로 접속할 수 있어 청소년들의 접근성이 좋다. 이러한 청소년의 문화 트렌드를 반영하여 2021년 청소년박람회는 제페토를 활용한 이벤트도 진행하였다.

제페토에서는 자신만의 아바타를 만들어 AR콘텐츠와 게임, SNS를 할 수 있다. 이용자의 얼굴 사진을 3D 아바타로 만들 수 있고, 외형과 패션을 변경 및 제작할 수 있다. 문자, 음성, 이모티콘 등을 통해 다른 플레이어들과 소통 할 수 있고, 독립된 공간을 구성할 수 있으며, 직접 제작할 수도 있다. 이러한 요소들은 청소년들이 자신들만의 문화 활동을 영위하기에 충분한 조건을 갖추고 있다고 보인다.

인터넷에서 유통되던 가상화폐는 현실에서 실물을 구매할 수 있게 되었고(다날의 페이코인 등), 인터넷 공간에서 가상 오피스를 구축하여 재택근무(직방, OCI 주식회사 등)를 할 수 있게 되었으며, 학교에서도 온라인 수업을 메타버스로 진행(장기초의 메타버스 교실 등)하는 등 메타버스로 인한 일상생활에서의 변화가 곳곳에서 감지되고 있다. 특히 청소년들에게 인터넷 공간 및 게임 세계, 메타버스 등의 가상공간은 일시적인 공간이 아니라 매일매일을 보내는 일상공간이다. 가상공간의 일상생활로 인해 오프라인과 온라인의 구분이 약해지면서

청소년들의 일상문화도 조금씩 변화하고 있다(조민식, 2012, 2). 그렇기에 지금 시점에서 청소년문화의 연구는 새로운 패러다임을 요청하고 있다고 볼 수 있다. 이러한 시대적 요구를 파악하기 위해서는 지금 청소년들이 보여주고 있는 삶의 모습과 스타일들을 살펴보면서 새로이 발견되는 특징들을 짚어보고, 이것이 어떤 사회변화 양성과 연관되어 있는지 추적해 보는 일이 필요하다.

메타버스 관련 선행연구에는 권창희(2021), 권희정(2009), 김상현, 최희수(2016), 서성은(2008), 양광호(2006), 전준현(2021), 진승현(2021), 최우령(2021) 한혜원(2008) 등이 있지만, 청소년의 메타버스 활동에 대한 연구가 없다. 그러므로 본 연구는 기존에 선행연구 되지 않은 주제로써 향후 진행될 관련 연구의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 또한 최근 청소년들이 트렌디(Trendy)하게 활동하는 사이버 공간에 대한 이해를 더 하는 데 도움이 될 수 있다.

본 연구는 최근 청소년들에게 주목받고 있는 신(新)문화공간으로, 메타버스 중 제페토에서 청소년들이 어떠한 문화 활동을 어떻게 하고 있는지 알아보고자 하는 목적으로 실시하였다. 청소년의 삶 속에서 행해지는 자유로운 문화의 향유는 그 종류와 특징들이 다양할 수 있다. 즉, 청소년문화를 어떤 기준이나 준거에 의하여 구분하는 것은 사실상 용이한 일이 아니며, 청소년문화에 대한 특정 구분에 성인의 관점이 개입됨으로써 일방적인 재단 또는 선입견이 될 수 있다는 점에 유의할 필요가 있다(이승형, 2019, 43). 따라서 청소년의 목소리를 직접 담아낼 수 있도록 인터뷰를 활용한 사례연구를 하고자 한다.

인터뷰를 통한 연구는 연구참여자가 편한 공간에서 이루어질수록 솔직한 이야기를 담을 수 있다. 비대면적이고 익명성이 보장되는 상황에서 사람들은 다중 자아를 더욱 쉽게, 더욱 자주 드러낸다(이승형, 2019, 51). 따라서 본 연구는 청소년들이 직접 활동하는 제페토에서 인터뷰를 실시하였다. 이를 통해 인터뷰의 진실성을 끌어낼 수 있을 것으로 기대하였다.

II. 이론적 배경

1. 청소년문화

청소년 집단을 이해할 때 성인들이 많이 사용하는 말은 '문제'와 '문화'다. 청소년을 '문제'와 연결하여 이해하는 것은 성인의 관점에서 보호하고 지켜주어야 할 대상으로 바라봄을 뜻한다. 그렇기 때문에 청소년 일상에 대한 관심도 부족했고, 아직도 청소년 일상문화에

대한 연구는 본격적으로 이루어지고 있지 않은 것이 현실이다(조민식, 2012, 12-13). 한국에서 청소년을 문화적 관점으로 접근하기 시작한 것은 1990년대 이후의 일이다. 1990년대 들어 '신세대'에 대한 담론과 함께 청소년문화의 존재가 부각되었고, 청소년문화를 이해하는 것이 중요함을 인식하게 되었다(한국문화예술위원회, 1997; 조민식, 2012, 12 재인용). '문화'라는 용어를 사용하는 것은 청소년들이 독자적인 삶의 방식과 특성이 있음을 인정하는 것이다(조민식, 2012, 12).

청소년문화에는 여러 가지가 있는데, 선행연구에서는 다음과 같이 유형화하였다. 먼저 권이중, 김천기, 이상오(2010)는 청소년문화에 소비문화, 사이버문화, 성문화, 단체문화, 여가문화, 언어문화, 음식문화, 의상문화, 춤문화, 또래문화 등이 있다고 하였다. 노자은, 김정민, 조영미(2019)는 대중문화, 게임문화, 스마트폰 문화, SNS 문화, 언어문화, 의복문화, 화장문화, 소비문화, 여가문화, 성문화, 참여문화 등이 있다고 하였고, 성열준, 강병연, 이채식, 강세현, 김정일, 황주권, 황수주(2011)는 여가문화, 성문화, 의복문화, 음식문화, 인터넷과 게임문화, 모바일문화, 학습문화, 팬클럽문화 등이 있다고 하였으며, 오윤선, 황인숙(2020)은 또래문화, 사이버문화, 대중문화와 팬덤문화, 언어문화, 성문화, 소비문화, 여가문화, 음식문화, 화장문화와 패션문화, 대중음악문화, 춤문화, 글로벌문화 등이 있다고 하였다. 장수한(2020)은 청소년문화에 비행문화, 소비문화, 대중문화, 사이버문화 및 온라인 게임문화, 웹툰문화, 인터넷 1인 방송문화, 팬덤문화, 성문화, 참여문화 등이 있다고 하였고, 정하성, 유진이(2006)는 놀이문화, 의복문화, 커뮤니케이션 문화, 소비문화, 식문화, 여가문화, 무규범문화 등이 있다고 하였으며, 천정웅, 장근영, 이채식, 김윤나(2014)는 학습문화, 여가문화, 사이버문화, 게임문화, 소셜 미디어 문화, 사이버참여문화, 팬덤문화 등이 있다고 하였다. 이를 정리하면 다음 <표 1>과 같다.

다수의 학자들이 중복적으로 언급된 문화유형을 도출하면 게임문화, 사이버문화, 성문화, 소비문화, 소통문화, 여가문화, 음식문화, 패션문화, 팬덤문화로 총 9개다. 이렇게 도출한 문화 관련된 활동을 제페토에서 어떻게 하고 있는지 알아보는 것이 본 연구의 목적이므로, 해당 키워드를 토대로 질문지를 구성하고자 한다.

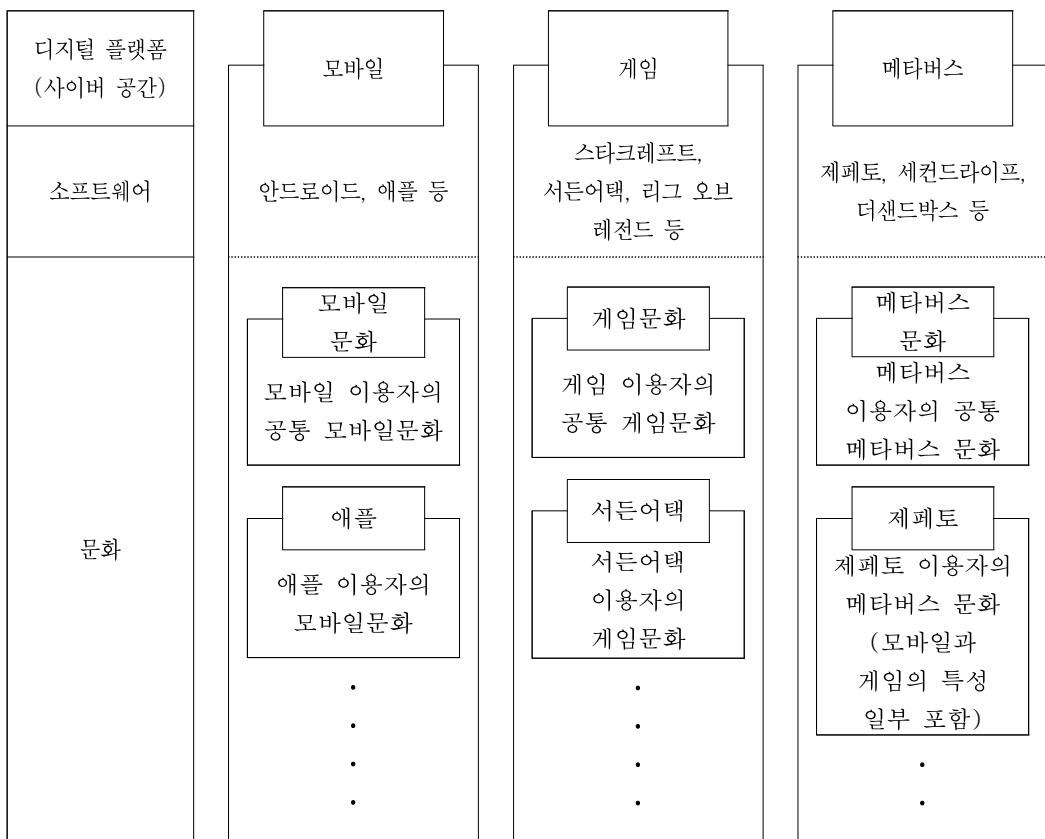
<표 1> 청소년문화의 유형

	권이종 외 (2010)	노자은 외 (2019)	성열준 외 (2011)	오윤선, 황인숙 (2020)	장수한 (2020)	정하성, 유진이 (2006)	천정웅 외 (2014)
게임문화		○	○		온라인게임	놀이	○
글로벌문화				○			
단체문화	○						
대중문화		○		○	○		
또래문화	○			○			
모바일문화		스마트폰	○				
무규범문화						○	
비행문화					○		
사이버문화	○			○	○		○
성문화	○	○	○	○	○		
소비문화	○	○		○	○	○	
소통문화		SNS			1인 방송	커뮤니케이션	소셜미디어
언어문화	○	○		○			
여가문화	○	○	○	○		○	○
웹툰문화					○		
음식문화	○		○	○		식	
대중음악문화				○			
인터넷문화			○		○		
참여문화		○			○		사이버참여
춤문화	○			○			
패션문화	의상	의복	의복	○		의복	
팬덤문화			팬클럽	○	○		○
학습문화			○				○
화장문화		○		○			

1) 청소년 문화공간

청소년의 문화는 성인들에게 인정받지 못하는 경우가 많다. 이에 따라 청소년은 성인들의 간섭이 적은 별도의 공간에서 문화생활을 영위해왔다. 모바일과 게임은 청소년들이 문화생활을 영위하는 대표적인 디지털 플랫폼(Digital Platform)이자 사이버 공간이다. 최근 메타버스가 청소년들의 문화공간으로 새롭게 발견되었다. 본 연구자는 메타버스 중 제페토라는 소프트웨어를 통해서 청소년의 문화 활동을 살펴보고자 하였다. 그러나 본 연구 결과에서도 출할 활동들이 대표적인 메타버스 문화 관련 활동이라고 보기에는 어려울 수 있으며, 향후 진행될 관련 연구의 기초자료로 활용될 것을 기대하고 있다. 이를 이해하기 위해서는 디지털 플랫폼과 소프트웨어, 문화 간의 관계에 대해 살펴볼 필요가 있다.

본 연구에서는 모바일, 게임, 메타버스와 같은 디지털 플랫폼에 여러 기업이 개발한 각각의 소프트웨어(안드로이드, 애플, 스타크레프트, 서든어택, 제페토, 더샌드박스 등)가 있고, 소프트웨어와는 관계없이 각 디지털 플랫폼 이용자들이 형성한 공통의 문화(모바일문화, 게임문화, 메타버스 문화 등)가 있다고 보았다. 공통의 문화 외에도 각 기업의 특징이 반영된 소프트웨어에 의해 이용자들이 형성한 별도의 문화가 있다고 보았다(애플 이용자의 모바일문화, 서든어택 이용자의 게임문화, 제페토 이용자의 메타버스 문화 등).



<그림 1> 디지털 플랫폼, 소프트웨어, 문화 간의 관계

2) 청소년 모바일문화

청소년만이 가진 문화는 각종 채팅문화나 패션문화 등 많은 것이 있겠지만 그중 하나가 모바일문화일 것이다. 청소년들은 스마트폰을 통해 자신만의 네트워크를 구성하고 또래집단 간의 유대성을 강화하는 등의 모바일문화를 향유한다(이영주, 2005, 2). 모바일문화는 디지털 청소년들이 친구들과 일상의 인간관계를 형성하고 친밀함을 유지하고 나뉠의 문화를 공유하는 데 중요한 매개체다(이승형, 2019, 40). 모바일문화를 향유하는 청소년은 스마트폰과 한 몸처럼 움직인다. 청소년에게 스마트폰은 단순한 커뮤니케이션 수단이 아니다. 자신을 표현하고 소통하려는 청소년들에게 모바일문화는 신체의 일부이자 분신과도 같은 존재이며 삶의 일부분이라고 할 수 있다(이영주, 2005, 2-3). 모바일문화를 즐기는 아이들은 손쉽게 휴대하고 움직일 수 있는 스마트폰을 매개로 부모나 교사의 관리적 시선을 벗어나, 행위의 선택지를 넓히고 좀 더 자율적으로 무언가를 도모할 수 있는 여지를 갖는다. 다시 말해 청소년의 일상생활에서 스마트폰은 단순한 의사소통 도구나 정보를 주고받는 수단 그 이상이다. 청소년들은 스마트폰을 매개로 자기 자신을 표현하고, 또래 친구들과의 관계를 만들고 유지하고, 게임과 동영상을 즐기고, 가상 및 현실의 캐릭터를 통해 대리만족과 그들만의 새로운 이야기를 만들기도 한다. 친구들과 친밀감을 도모하고 자기들만의 경험과 가치를 공유하는 과정은 자아정체성을 형성하는 과정이기도 하다(이승형, 2019, 41).

모바일문화에 의한 상호작용은 다른 커뮤니케이션 수단에 비해 '유연화된 개인 간 상호 작용'이라는 특징이 강하다. 유선전화나 이동전화의 음성 통화나 문자 메시지와 달리, 모바일문화는 개인의 상황과 편의에 따라 동시적 혹은 비동시적으로 소통하는 것이 가능하다. 즉, 각자가 선택한 시간에 대화의 시작과 지속을 조절할 수 있다. 끊임없이 쫓기듯 움직여야 하는 청소년들의 상황을 고려할 때 모바일문화는 최적화된 대화 방식 중 하나라고 할 수 있다. 이처럼 청소년의 모바일문화는 스마트폰과 애플리케이션을 이용하여 모바일 공간에서 이루어지는 청소년들의 자발적 참여에 의한 놀이 및 자기표현 즐거움과 연대의 문화이다(이승형, 2019, 42).

청소년 모바일문화는 기존의 성인 주도 문화에 신선하고 참신한 자극을 주며, 청소년들을 바람직한 삶의 방향으로 유도할 뿐만 아니라, 우리 사회가 앞으로 지향해 나가야 할 방향과 관련해 가장 민감한 반응을 드러내 보인다는 점에서 매우 중요하다. 그러므로 청소년들에게 그들만이 가진 사상, 감정, 숨겨진 세계를 마음껏 표현할 기회, 즉 독자적인 문화 창조 및 문화 활동의 기회가 주어질 수 있도록 성인들은 청소년 모바일문화에 대한 부정적인 선입견이나 편견을 버리고, 창조적이고 진보적인 청소년 모바일문화가 형성되도록 기회를

부여하고 지원해야 한다(이영주, 2005, 24-25).

청소년 모바일문화에는 ‘메신저 문화’, ‘소셜게임 및 동영상 공유 문화’, ‘SNS 문화’, ‘웹툰 문화’가 있다. 먼저, 메신저 문화는 물리적 디지털 기기인 ‘스마트폰’을 기반으로 하는 모바일 사이버 공간에서의 커뮤니케이션을 통한 관계 맺음을 하는 문화이다(이승형, 2019, 43). 두 번째로, 소셜게임 및 동영상 공유 문화는 소셜게임의 제작자가 의도하지 않았던 자기만의 세계를 창조하여 타인과 상호작용하고, 자기 즐거움을 위해 관심사나 취미와 관련된 영상을 찾아 시청하고, 친구들과 그 즐거움을 같이 나누고자 영상을 공유하거나 댓글을 통해 자신의 의견을 자유롭게 피력하는 문화이다(이승현, 2019, 47-48). 세 번째로, SNS 문화는 익명성 중심의 자기표현과 고민, 위로, 관심사에 대해 소통을 하는 문화이다(이승형, 2019, 52). 마지막으로, 웹툰 문화는 ‘매회 작은 분량의 스토리가 이어지는 드라마 형식’의 웹툰에 대한 만족도나 작품성에 대해 점수를 주면서 직접적으로 반응하고, 웹툰 내용에 대한 자신만의 의견이나 해석을 덧붙이면서 적극적으로 이야기 전개에 영향을 미치는 문화이다(이승형, 2019, 56).

이승형(2019, 175)의 연구에 의하면 메신저 문화는 청소년에 의해 형성되는 모바일 공동체 및 학교폭력과 연계되는 사이버 불링의 수단이 된다고 하였고, 소셜게임 및 동영상 공유 문화는 청소년의 유대 관계 유지 및 세상을 이해하는 틀이 된다고 하였다. SNS 문화는 청소년이 자신의 속마음과 생각을 표현할 수 있는 자기표현을 통해 정체성을 탐색하고 형성하는 수단이 된다고 하였으며, 웹툰 문화는 청소년이 타인과의 소통을 기반으로 형성한 그들만의 이야기를 통해 욕망을 해소할 기회의 장이 된다고 하였다. 메타버스는 모바일의 특성이 일부 포함되기 때문에 비슷한 문화 활동이 나타날 것으로 예상된다. 특히 메신저, 소셜게임 및 동영상 공유, SNS, 웹툰 등 모두 제페토에서 사용 가능한 기능이므로 모바일에서 나타날 수 있는 청소년문화가 메타버스에서도 보일 것인지에 대해 주목하였다.

3) 청소년 게임문화

2000년 이후 급속히 발전하고 있는 한국의 온라인 게임은 특히 청소년층의 일상에 깊숙이 침투되고 있다(장수한, 2020, 129). 그 때문에 무엇보다 중요한 것은 그간 청소년들의 사회적 이탈 및 비행성향에 초점을 두고 전개되었던 ‘비행하위문화’로서의 온라인 게임문화 연구에서 벗어나야 한다(조민식, 2012, 38).

청소년의 건전한 육성과 가치관 형성을 방해하는 유해한 오락물로 치부되곤 했던 게임은 이제 청소년 대부분이 즐긴다(조민식, 2012, 25-26). PC를 활용한 온라인 게임이 주를 이루었던

2010년(한국콘텐츠진흥원, 2010, 23)과 달리, 2018년 조사결과에서는 스마트폰의 보급으로 인해 쉽게 접할 수 있는 모바일게임의 이용률이 가장 높은 것으로 나타났다(장수환, 2020, 129). 최근에 개발되는 게임은 PC와 스마트폰에서 함께할 수 있는 형태로 발전하고 있다. 청소년의 경우 언제 어디서나 즐길 수 있는 스마트폰 게임이 일상에 깊숙이 침투하여 청소년 여가의 대표적 수단으로서 존재하고 있다(조민식, 2012, 26).

청소년 게임문화를 다루고자 할 때는 게임 중독 문제와 사이버 윤리 문제를 생각하지 않을 수 없다. 게임 중독이란 게임의 과도한 이용과 병적인 집착으로 개인의 일상생활에 지장이 생기는 것이라 정의할 수 있다. 사이버 윤리 문제는 존중하지 않고, 책임지지 않고, 정의를 굽지 않으며, 다른 사람에게 해악을 끼치면서 발생하는 문제들이다(장수환, 2020, 136-138).

청소년들이 게임에 몰입하는 이유는 온라인 게임이 가지는 '상호작용성'에 있다. 인터넷의 보급 이후 '리니지' 및 '스타크래프트' 등의 게임을 배우기 위한 '길드'가 생성되면서 게임 내 커뮤니티가 만들어지고 상호작용성이 시작되었다(김양은, 2014, 48-49). 온라인 게임의 커뮤니티성은 강력한 사회화 기능을 가지게 되었다. 온라인 게임은 현실세계의 모습을 그대로 가지고 있고, 게임 사용자들은 게임 세계 속의 공동체를 통해 현실 사회를 대리적으로 경험하게 된다(조민식, 2012, 56-57). 상호작용성의 두 번째 파동은 게임하이가 개발한 일인칭 슈팅 게임인 '서든어택'으로 나타났다. 서든어택은 기존 게임보다 채팅 기능의 강화와 더불어 게임의 몰입도를 증가시키기 위한 랭킹 시스템이 본격적으로 도입되었다. 이후 국내에서 성공한 온라인 게임은 모두 '채팅' 기능과 '랭킹시스템'을 기본으로 갖추게 되었다. 기존에는 채팅을 위해 채팅 사이트에 가입하고 커뮤니티를 가입하기 위해 포털 사이트에 가입하였지만, 지금 청소년들은 게임 공간에서 친구를 만나고, 대화를 나누면서 새로운 공동체를 형성해 가고 있다(조민식, 2012, 57).

'스타크래프트'를 만든 미국의 블리자드사가 개발한 온라인 역할분담형 게임(rpg)인 '디아블로3'가 온라인 게임 사상 처음으로 아이템을 현금으로 사고팔 수 있는 기능을 추가했다. 이용자가 게임 진행에 필요한 아이템을 경매에 내놓으면 필요한 사람이 응찰해 신용카드나 사이버 머니로 살 수 있는 시스템이다. 이렇게 되면 이용자는 열심히 게임을 해서 실제 돈을 벌 수 있는 실질적인 경제활동(economic activity)이 이루어질 수 있다는 것이다(조민식, 2012, 60). 그러나 국내에서는 「게임산업진흥에 관한 법률」 제32조(불법게임물 등의 유통금지 등) 1항 7호에 따라 게임을 통한 경제활동이 불가능하다. 최근 P2E(Play to earn)³⁾ 게임이 국내에 유입되면서 메타버스도 게임이며, 규제해야 한다는 이슈가 제기되었다.

3) P2E(Play to Earn): 게임을 하면서 돈을 번다는 개념으로, 사용자가 게임을 하며 획득한 재화나 아이템이 블록체인 생태계에서 자산으로 활용되는 모델을 말한다(시사상식사전 2022.02.13).

최근 국회입법조사처에서 발간한 자료(정준화, 2021)에 의하면 사람이 자신의 아바타를 조정한다는 점에서 메타버스는 게임과 비슷하지만, 앞으로의 상황과 해야 할 일이 사전에 프로그래밍 된 것이 아니라 본인과 다른 사람의 결정에 따라 달라질 수 있는 개방형 구조라는 점, 본인이 참여하지 않더라도 가상세계는 종료되지 않고 지속된다는 점, 구성원의 합의나 서비스 제공자의 불가피한 사정이 존재하지 않는 한 가상세계는 처음으로 리셋되지 않는다는 점 등이 게임과 메타버스의 차이점이라고 하였다. 논란은 계속되고 있지만, 본 연구에서 메타버스는 게임의 요소를 포함한 개념으로 보았다. 그리고 게임에서 나타날 수 있는 청소년문화가 메타버스에서도 보일 것인지에 대해 주목하였다.

2. 메타버스의 이해

1) 메타버스의 개념 및 유형

메타버스(Meta-verse)란 Meta(초월)와 Universe(세상·우주)의 합성어로, 세상 너머의 세상, 현실세계를 초월한 그 무언가를 말한다(이임복, 2021, 22). 직역하자면 ‘초월한 세상’이다. 그리고 그 의미를 풀이하면 ‘아바타가 살아가는 디지털 지구’라고 설명할 수 있다(김상균, 신병호, 2021, 34-35).

‘아바타’는 흔하게 게임에서 사용되는 단어이다. 이처럼 메타버스를 이야기할 때 가장 많이 언급되는 사례는 ‘게임’이지만, 메타버스는 게임 속 세상에 그치지 않는다. 다른 세상과의 연결이다(이임복, 2021, 26). 메타버스는 기존의 가상현실이라는 용어보다 진보된 개념으로 가상세계가 현실세계에 흡수된 형태이다(매일경제용어사전, 2021.05.28.). 즉 ‘현실 세계는 하나이고, 그 현실세계가 가상세계로 연장이 된다’는 개념이다(이임복, 2021, 22).

‘증강과 메타버스에는 가상세계만 있는 것은 아니다. 비영리기술연구단체 ASF(Acceleration Studies Foundation)가 내린 메타버스의 정의에 따르면 시뮬레이션, ‘내적인 것과 외적인 것’으로 구분할 수 있는데, 이를 바탕으로 증강현실·가상세계·라이프로그·거울세계의 4가지 유형으로 나눌 수 있다. 증강현실(AR, Augmented Reality)은 현실세계 위에 가상의 캐릭터나 아이템, 물체가 보이는 걸 말하며, 대표적인 예로 ‘포켓몬고’가 있다. 가상세계(Virtual world)는 두 가지로 나누어 생각해볼 수 있는데, 나의 모든 의식과 감각이 가상현실 세계 속으로 녹아 들어가 활동하는 초가상의 세계와, 내 몸은 현실세계에 있지만 스크린을 통해 가상세계로 들어가 활동하는 것으로 나눌 수 있다. 전자의 경우 영화 ‘레디 플레이어 원’을 예로 들 수 있고, 후자의 경우 ‘동물의 숲’, ‘포트나이트 파티로얄’이 해당한다.

라이프로그(Lifelogging)은 우리가 일상에서 보고 듣고 느낀 모든 정보를 자동 기록하는 것을 말하며, SNS가 대표적이다. 거울세계(Mirror world)는 현실을 거울처럼 똑같이 만들어 놓은 세상으로 '구글 어스'를 생각하면 이해하기 쉽다(이임복, 2021, 46-49).

2) 메타버스의 발달과정 및 방향

메타버스는 1992년도에 출간한 닐 스티븐슨(Neal Stephenson)의 소설 '스노 크래시'에서 처음 나온 단어이다. 그리고 2003년 '린든랩'이 '세컨드라이프'라는 게임을 서비스 하면서 다시 주목받았다. 세컨드라이프가 점차 현실세계처럼 닮아가자 그 잠재력을 실감한 기업들이 메타버스에 관심을 두기 시작했다. 하지만 당시 기술력으로는 진정한 메타버스를 구현하는 데 한계가 있었고, 결국 세컨드라이프는 2010년까지만 운영되었다(전준현, 2021, 258). 본격적으로 전 세계의 사람들이 메타버스에 관심을 보이기 시작한 것은 스티븐 스피버그(Steven Spielberg) 감독의 영화 '레디 플레이어 원(2018)'이 흥행에 성공한 후부터이다. 동명의 SF소설을 원작으로 한 이 영화에는 '오아시스'라는 매력적인 가상세계가 나온다. 그 세계에는 자신만의 아바타를 꾸미거나 혹은 유명한 사람이나 캐릭터의 모습을 빌릴 수도 있다. 영화 속 가상세계는 현실에서 하지 못하는 다양한 것들을 현실처럼 생생하게 겪을 수 있는 매력적인 세계로 묘사된다(김상균, 신병호, 2021, 32-34).

2020년 10월 6일 열린 GTC(GPU Technology Conference) 기조연설에서 엔비디아의 CEO 젠슨 황은 "미래 20년은 공상과학과 다를 게 없다. 메타버스의 시대가 오고 있다."며 메타버스의 시대를 선언했지만(이임복, 2021, 24), VR 기기의 기술적 진보가 상당히 느리고, 진행되면서 메타버스는 수면 밑으로 가라앉을 뻔했다. 그런데도 메타버스가 주목받게 된 데에는 3가지 이슈가 함께 자리했기 때문이다. 바로 '코로나 팬더믹', '주식 관련 테마' 그리고 'NFT'다(이임복, 2021, 33). 특히 코로나19로 인해 현실과 가상세계의 경계가 빠르게 무너졌다(이임복, 2021, 161). 사람들의 이동은 최소화됐고 집 밖보다 안에 있는 시간이 상대적으로 길어졌다. 집에서 일하고, 공부하고, 쉬면서 게임을 했다. 덕분에 게임과 관련된 회사들의 성장도 상당했다(이임복, 2021, 33-34). 사회적 거리두기, 비대면 방식의 원격회의와 온라인 강의 등 온라인에서의 활동이 증가하면서 사람들은 현실의 답답한 일상을 대신하여 가상의 공간에서 오프라인 공간과 유사한 경험을 할 수 있는 강력한 도구를 원했다(전준현, 2021, 259). 이러한 욕구를 충족시킬 수 있는 것으로 메타버스가 대두되고 있다.

메타버스의 발달은 단순히 기술의 발전과 코로나19 때문만이 아니다. 기존 게임이 미션 해결, 소비 중심으로 제작사에서 제공하는 서비스를 단순히 소비하는 형태였다면, 현재

메타버스에서는 사용자가 자기 아이디어를 활용하여 자신만의 가상자산(Virtual Asset)을 제작하고 다른 사용자와 공유하거나 수익을 창출할 수 있으며 다양한 교류를 통해 현실에 가까운 활동을 할 수 있게 되었기 때문에 메타버스는 발달하고 있다(전준현, 2021, 260).

앞으로 메타버스는 편의성, 상호작용, 확장성 측면에서 발달할 것이다. 메타버스에 접속할 수 있는 스마트폰을 휴대하는 방식에서 AR Glass 등을 착용하게 될 것이다. 키보드 및 마우스, 디스플레이 터치 등의 방식에서 음성이나 동작, 시선 등 오감으로 변화될 것이다. 스크린(2D)을 통한 방식에서 화면의 제약이 사라진 3D 가상공간으로 진화할 것이다(전준현, 2021, 264).

3) 메타버스의 특징

메타버스가 되기 위해서는 몇 가지 성질이 충족돼야 한다. 이를 SPICE 모델이라고 부른다. SPICE 모델을 이루는 속성은 연속성(Seamlessness), 실재감(Presence), 상호운용성(Interoperability), 동시성(Concurrency), 경제 흐름(Economy Flow)이다. 연속성은 하나의 아바타로 게임을 즐기다가 공간만 이동해서 바로 쇼핑하고 동료들과 업무 논의를 하기도 한다. 다양한 경험과 기록들이 끊어지지 않고 계속해서 연결된 것이 메타버스의 연속성이다. 실재감은 아바타를 통해서 몰입감을 느끼게 하는 것이다. VR기기나 AR기기를 통해서 실재감을 끌어올릴 수도 있지만, 내러티브(Narrative), 즉 잘 짜인 이야기를 통해서 끌어올리는 방식도 있다. 상호운용성은 현실세계와 메타버스의 데이터, 정보가 서로 연동되는 성질을 말한다. 이러한 특성은 주로 라이프로그 메타버스에서 강하게 나타난다. 검색 엔진의 스마트렌즈나 블록체인(blockchain) 기술 등이 상호운용성에 해당하는 특성을 내포하고 있다. 동시성은 여러 명의 사용자가 동시에 하나의 메타버스 세계관에서 활동하는 것을 말한다. 같은 시간에 같은 세계관에서 서로 다른 경험을 할 수 있는 환경을 뜻하는 것이다. 경제 흐름은 플랫폼에서 제공하는 화폐와 거래 방식에 따라 사용자들이 재화와 서비스를 자유롭게 거래하는 경제적 흐름이 존재한다는 것이다. 이것이 진화되면 서로 다른 메타버스나 실물 세상과도 경제 흐름이 연동될 수 있다(김상균, 신병호, 2021, 61-70).

이러한 성질을 바탕으로 특정 사이버 공간이 메타버스가 되기 위해서는 3가지 요소가 필요하다. 바로 '자유도', '소통(소셜)', '수익화'이다. 메타버스는 정해진 스토리와 정해진 캐릭터 등의 짜 맞추어진 삶이 아닌, 우리가 살아가는 현실과 같은 선택의 자유가 필요하다. 그리고 혼자서 즐기는 것이 아닌, 다른 사람들과 연결된 상태에서 소통이 필요하다. 마지막으로 현실세계의 돈을 합법적으로 벌 수 있어야 한다(이임복, 2021, 59-61). 더불어 메타버스

소셜 게임이 성공하기 위해서는 '휴대성', '자율성', '수익성'이 3가지가 있어야 한다. 이러한 기준으로 '제페토'를 살펴보면 모든 요소를 갖추고 있다. 제페토는 스마트폰으로 접속하기 때문에 언제 어디서나 접속해 즐길 수 있고, 샌드박스라 불리는 자율성을 갖추고 있으며, 게임 개발사뿐 아니라 참여자도 돈을 벌 수 있는 플랫폼이 갖추어져 있기 때문이다 (이임복, 2021, 87).

3. 메타버스 '제페토'의 이해

제페토는 2018년 SNOW에서 출시한 소셜 앱이다. SNOW는 우리의 얼굴을 아기로 바꿔주는 필터로 유명한 AR 앱을 만든 회사다. 네이버 자회사였다가 2020년 3월에 분사해 네이버 제트가 됐다. 제페토는 자신을 대신할 수 있는 아바타를 꾸미고, 나의 아바타로 다른 사람의 집에 놀러 가며, 함께 미니 게임을 즐기는 앱이다. 인기를 끌기 시작한 건 2019년 자신의 캐릭터와 다른 친구들의 캐릭터를 만나게 하고, 서로 함께 사진을 찍을 수 있는 기능이 생기면서부터다(이임복, 2021, 96-97).

아바타는 메타버스와 마찬가지로 소셜 '스노 크래시'에서 처음 등장한다. 아바타는 본래 힌두교에서 사용하는 개념으로 '하강'을 의미하는 산스크리트어이다. 힌두교에서 아바타란 지상으로 하강한 신의 모습을 뜻한다. 원래 인간과 소통하기 어려운 신이지만 아바타를 통해 사람들과의 소통의 벽을 허문다. 아바타는 어원에서부터 '소통'을 담고 있다. 현실에서도 인종, 외모, 자존감 등으로 인해 소통이 쉽지 않지만, 아바타를 사용하면 좀 더 쉽게 사람들과 의견을 주고받을 수 있다. 이 점이 아바타의 가장 큰 가치이자 매력이다(김상균, 신병호, 2021, 33-35).

아바타들이 소통을 위해서 만나는 곳을 '제페토 월드'라고 하는데, 이는 제페토 안에 있는 수많은 다른 세상으로 한강공원, 구찌 빌라, 쿠키런 킹덤월드 등 다양한 곳이 준비되어 있다. 제페토 월드 속에서는 벚꽃이 가득한 곳을 걸을 수도 있고 수상택시를 타고 한강을 한 바퀴 돌아볼 수도 있다. 월드에서 만난 친구들과하고는 1:1로 문자 대화를 나누거나 음성 기능을 이용해 실제 자신의 목소리로 음성 대화도 나눌 수 있다. 제페토에서 아바타에게 움직임을 주려면 제스처·포즈 등의 기능이 필요한데, 이러한 기능은 무료로 주는 것들이 있고 돈을 내고 구매해야 하는 것들도 있다. 액세서리, 양말, 가방, 코트 등 다양한 아이템들은 구매할 수도 있지만, 제페토 스튜디오를 통해 누구나 무료로 만들 수 있다. 이렇게 만들어진 아이템은 심사를 거쳐 판매할 수 있는데, 제페토 내 80% 이상의 아이템을 사용자들이 만든 것으로 알려져 있다. 누적 창작자 숫자만 해도 6만 명이 넘고, 한 달에 300만 원

이상의 수익을 올리는 크리에이터들도 생겨나고 있다. 제페토 빌드잇을 통해서도 ‘맵4’을 만들 수 있다. 누구나 PC, 맥에서 빌드잇 프로그램을 다운 받아 다양한 맵을 만들면 심사를 통해 배포할 수 있다(이임복, 2021, 97-101).

제페토 안에서의 화폐 단위는 코인과 켄인데, ‘코인’은 광고를 보거나 미니 게임 속 미션을 통해 얻을 수 있고, ‘켄’은 현금으로 구매하거나 데일리 퀘스트, 럭키 스핀, 스크래치를 통해 얻을 수 있다(이임복, 2021, 99).

Ⅲ. 연구 방법

본 연구는 사례연구 방법을 사용하였다. 사례연구는 특정 상황이나 현상이 ‘왜’, 그리고 ‘어떻게’ 이루어지고 있는지를 파악하는 데 유용한 연구 방법이다(Yin, 2009). 연구의 목적을 어디에 두느냐에 따라 본질적, 도구적, 집합적 사례연구로 나눌 수 있는데(Stake, 1995), 본 연구는 여러 사례를 동시에 연구하면서 사례 간의 공통점과 차이점 등을 추출하여 비교하는 집합적 사례연구를 사용하였다.

사례연구에서 연구자는 풍부한 정보 및 자료를 제공해줄 수 있는 사례를 의도적으로 추출할 필요가 있다. 자신의 사례를 명확하게 전달해줄 수 있어야 하고, 제페토에 대해서 충분한 이해를 하고 있으며 솔직하게 이야기해줄 수 있는 연구참여자를 선정하고자 하였다.

청소년의 제페토 활동 사례에 대해 알아보기 위해 반구조화된 질문지를 사용하였고, 구체적인 내용으로 제페토에서 주로 활동하는 내용을 인터뷰하였다.

인터뷰는 2021년 11월 13일(토)부터 20일(토)까지 8일간 실시하였고, 인터뷰에 참여하는 청소년에게 가장 편안한 환경을 제공하기 위해서 제페토에서 채팅, 보이스(음성대화), 썬메5)를 활용한 인터뷰를 실시하였으며, 사전 동의를 얻어 녹화 및 녹음, 캡처하였다.

1. 연구참여자

1) 연구참여자 선정

본 연구목적의 달성을 위해 다음 조건에 부합하는 대상들을 연구참여자로 선정하였다.

4) 맵: 월드와 동일한 표현이다.

5) 썬메: 제페토 메시지의 줄임말로 1:1 채팅을 할 수 있는 기능이다.

해당 조건은 연구자가 제페토를 경험하면서 알게 된 '사람들이 제페토에서 특정 수치를 기록할 때마다 기념하는 게시글을 올리거나 다른 사람들에게 선물을 달라고 하는 기준 수치'를 준용하였다.

첫째, 출석일 수 100일 이상을 채운 대상이다. 둘째, 팔로워 수 100명 이상을 채운 대상이다. 일반적으로 1,000명(1.0k)마다 기념하지만, 이를 달성하기란 어렵기 때문에 청소년들의 경우 100명 단위로 '신체 부위 일부', '목소리', '연령' 등의 개인정보를 공개한다. 기타 기준 수치로는 '게시물 올릴 수', '하트 받은 수', '댓글 달린 수' 등도 기념하기도 하지만, 청소년들의 경우 게시물을 삭제하기도 하므로, 해당 조건을 제외하였다. 그리고 연구참여자가 청소년인 점을 감안하여 윤리성을 높이기 위해 셋째, 부모님의 동의를 얻은 대상이다. 자세한 내용은 '연구윤리'에서 다루었다.

지금까지의 세 가지 조건에 부합되는 연구참여자를 선정하기 위해 연구자의 프로필에 위 세 가지 조건을 작성하여 2021년 11월 10일(수)부터 20일(토)까지 연구참여자를 모집하였고, 이를 알리기 위해 '프로필을 확인'해달라는 목적의 게시물을 2차례 게시하였다. 그리고 월드에 접속하여 불특정 다수에게 홍보하였다. 조건에 부합하고 참여 의사가 있는 경우 제페토 메시지를 통해서 신청하게끔 하였다. 신청자에게는 부모 동의를 포함한 연구 참여 동의서와 인터뷰 질문지를 전달하였고, 부모와 대상이 모든 내용을 동의할 경우 연구참여자로 확정하였다. 그리고 인터뷰 약속 시간을 정해서 제페토에서 인터뷰를 실시하였다.

최종적으로 선정된 연구참여자는 8명이다. 특성을 개괄적으로 기술하면 연구참여자들은 모두 10대이며, 여성 8명이다. 메타버스 서비스의 주요 이용자는 10대, 그중에서도 여성이 압도적으로 많다. 2021년 초 닐슨코리아 조사를 보면 한국에서 가장 대중적인 메타버스 서비스인 제페토의 이용자 경우 7~12살이 50.4%, 13~18살이 20.6%를 차지했다. 전체 이용자 10명 가운데 7명이 아동·청소년인 셈이다. 성별로 보면 77%가 여성이다(한겨레, 2021.09.23.). 평균 누적 출석일⁶⁾은 233일이고, 평균 팔로워는 1,199명, 평균 팔로잉은 1,841명이다. 인터뷰의 몰입감을 높이고, 제스처 및 포즈 등으로 감정 상태를 표현할 수 있는 환경을 구성하고자 월드에서 아바타 상태로 만났다. 채팅과 음성대화(보이스채팅⁷⁾) 중 대화하기 편한 방법을 연구참여자가 고르게 한 결과, 5명은 채팅으로 인터뷰를 실시하였고, 1명은 음성대화를 활용하였다. 연구참여자 중 2명은 스마트폰 문제로 월드에 접속이 원활하지 못해서 줌메를 활용한 인터뷰를 실시하였다.

6) 출석일: 제페토에 접속하면 자동으로 출석 체크가 되고, 누적 출석일에 따라 데일리 보너스가 코인으로 제공된다.

7) 보이스채팅: 제페토 내 '월드'에서 목소리를 이용해 대화할 수 있는 기능이다.

<표 2> 연구참여자

순서	아이디(가명)	연령(세)	성별	출석일(일)	팔로워(명)	팔로잉(명)
1	아드	13	여	330	338	103
2	닐아	11	여	155	128	23
3	니벵	14	여	218	240	17
4	노우지	13	여	279	1,548	2,649
5	니즈	14	여	186	1,380	2,190
6	보리	12	여	133	504	1,953
7	애리	19	여	424	445	81
8	유설	11	여	141	5,011	7,712
평균				233	1,199	1,841

2) 자료수집 및 분석

본 연구는 반구조화 된 질문을 통한 인터뷰를 중심으로 자료를 수집하였다. 연구자는 먼저 선행연구 고찰을 통해 반구조화 된 질문지를 작성하였다.

<표 3> 질문지 주요 내용

구분	문항
주로 활동하는 내용	제페토에 접속하면 가장 먼저 뭐해요?
	게임 반모자 ⁸⁾ 또는 다른 사람들이랑 뭐하고 놀아요?
	소비 코린이랑 짬은 어디에 사용해요?
	소통 반모자 또는 다른 사람들이랑 무슨 이야기 해요?
	여가 제페토에서 여유롭게 시간 보낼 때는 뭐해요?
	음식 제페토에서 음식과 관련해서 하는게 있어요?
	패션 아바타를 꾸밀 때 어떻게 꾸며요?
	팬덤 연예인이나 아이돌 관련해서 활동하는게 있어요?
기타	지금까지 말해준 것 말고 또 뭐 해요?
기억에 남는 경험	제페토 하면서 가장 기억에 남는 것은 뭐예요?
	왜 기억에 남아요?
활동으로 인한 변화	제페토 하기 전과 지금이 달라진게 있어요?
	왜 그렇게 변한 것 같아요?

8) 반모자: 반모(반말 모드의 줄임말)를 하는 사람, 반말할 정도로 친한 사람을 의미한다.

특히, 청소년들이 제페토에서 활동할 것으로 예상되는 키워드는 선행연구 분석을 통해 도출한 9개(게임, 사이버, 성, 소비, 소통, 여가, 음식, 패션, 팬덤)의 키워드를 중심으로 조민식(2012)의 한국 청소년의 온라인 게임문화에 관한 연구와 이승형(2019)의 청소년 모바일문화의 현상학적 이해 연구를 참고하여 질문지 초안을 구성하였다. 이때 메타버스는 이미 사이버 공간에 포함되므로 제외하고, 성과 관련된 부분은 예민할 수 있는 부분이기 때문에 먼저 질문하지 않는 것으로 하였다. 문항 중 유사한 질문과 동일한 답변이 도출되는 문항을 삭제, 연구참여자가 알아듣기 쉬운 문장으로 구성, 보기에 대해 예시를 제공하는 등 본 참여자에 맞게 조정된 문항을 청소년 현장 전문가의 검토와 조언을 받아 보완·수정하여 인터뷰 질문지를 작성하였다. 이를 반영한 질문지 주요 내용을 살펴보면 <표 3> 과 같다.

질문지 초안으로 한 예비조사를 계획하고, 연구자와 제페토에서 알게 된 40대의 자녀(연구참여자 아드)를 대상으로 예비조사를 실시하였다. 이 과정에서 연구자는 질문 내용이나 방식에 대한 점검을 받았다. 연구자는 예비조사 이후에 문헌연구를 재시행하여 연구 내용을 구체화했다.

최종 확정된 질문지를 가지고 연구참여자와 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰 시간은 총 1회, 회당 30분-1시간 정도로 진행하였다. 연구자는 연구참여자의 아바타 외모를 칭찬하면서 rapport를 형성하고, 편안한 분위기에서 인터뷰가 진행될 수 있도록 노력하였다. 인터뷰 전 본 연구의 목적과 질문내용을 미리 연구참여자와 그 부모에게 미리 제공하였으며, 질문에 대한 연구참여자의 답변을 토대로 추가 질문, 요약, 단서 제공 등의 방법으로 인터뷰를 진행하였다.

연구자는 연구참여자의 연령과 인터뷰가 채팅으로 이루어지는 상황을 감안하여 직관적인 질문을 사용하였고, 이에 따라 연구참여자들이 간략하게 응답하였다. 이것에 기인하여 질문지 구성에 따른 분석을 실시하였고, 질문지 문항으로부터 연구참여자의 응답까지 하향 유목화를 이용한 해석을 하였다.

3) 연구윤리

본 연구는 청소년들의 개인정보에 대한 보호에 대한 노력과 더불어 개인적으로도 피해를 끼치지 않도록 노력하였다. 본 연구 과정에서 윤리적 이슈는 청소년에 대한 인터뷰를 통하여 자료를 수집하는 것이다. 이때 가장 윤리적으로 쟁점이 되는 것 중 하나가 연구참여자의 연령에 따른 동의 과정이다. 연구참여자의 연령이 18세 미만인 경우 법정 대리인의 동의를

받아야 한다. 그래서 연구참여자를 모집할 때 부모 또는 보호자의 동의를 얻을 수 있어야 한다는 단서 조항을 알리고, 사전에 연구 참여 동의서를 웹으로 구축하여 연구참여자에게 URL을 전달하였으며, 부모 또는 보호자에게 피보호자의 연구 참여 동의를 받았다.

연구참여자의 익명성 확보를 위해 녹화 및 녹취파일과 연구 노트 등 연구자가 기록하는 모든 자료는 식별 코드를 사용하여 기록되었다. 자료들은 암호화된 파일로 보관되며 연구 종료 후 3년 후에 폐기할 예정이다. 인터뷰 과정에서 녹화 및 녹취되는 내용에 대해서는 비밀보장을 위하여 연구 이외에는 타 용도로 사용되지 않는 점에 관해 설명하였다.

IV. 연구 결과

본 연구는 최근 청소년들에게 주목받고 있는 신(新)문화공간으로, 메타버스 중 제페토에서 청소년들이 어떠한 문화 활동을 어떻게 하고 있는지 알아보는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 인터뷰로 사례를 수집 및 분석하였다. 인터뷰는 채팅, 보이스(음성대화), 썬메(제페토 메시지)로 이루어졌고, 최대한 원문을 살리기 위해 청소년들이 채팅 및 썬메로 작성한 내용에서 오타, 맞춤법, 띄어쓰기 등을 수정하지 않았다. 그리고 원문의 원활한 이해를 위해 연구자의 채팅 내용은 ()표기하였다.

선행연구 분석으로 도출한 게임, 소비, 소통, 여가, 음식, 패션, 팬덤 등의 키워드를 활용하여 질문 문항을 구성하고, 해당 질문지로 인터뷰를 실시한 결과, 메타버스 중 제페토에서 청소년들이 활동하는 것을 교류 활동, 놀이 활동, 댄스 활동, 또래 활동, 소비 활동, 소통 활동, 아이돌 활동, 웹툰 활동, 팔로워 늘리기 활동, 패션 활동 등으로 정의하여 유목화 하였다.

1. 교류 활동

연구대상들은 제페토를 통하여 다른 나라에 대해서 관심을 갖거나 다른 나라 사람들과 소통하는 것으로 나타났다.

달라진거는! 여러 나라 사람들과 소통 하면서 문화에 대해 조금 더 알게 된거 같아요! (그 전에는 다른 나라에 관심이 없었어요?) 그쪽으로 전부터 관심이 있었는데 제페토를 시작한 계기로 더 흥미있어진거 같네요! (아하~ 혹시 특별히 기억나는 다른 나라의 문화가

있다면 간단하게 소개해주세요?) 특별하지는 않을수도 있는데, 다른 나라 사람들 대부분은 대한민국의 케이팝을 좋아하더라고요! (아하~ 케이팝이 공통 주제가 되었나봐요?) 네! (니츠와 인터뷰 중에서)

(제페토 보편은 어린 친구들이 상당히 많더라고요. 그 와중에 어떻게 비슷한 또래 사람들을 만나게 되었어요?) 그 제가 제페토에 주력한 시기가 고2라고 말씀드렸잖아요 (네) 성인유저들이 늘어났는데, 저는 한국맵이 있고, 세계적으로 만날 수 있는 맵이 있는데, 저는 후자쪽이었거든요 그렇게 분리가 되어있는데 그 중에서 저는 세계인들이 많이 오는 맵을 다녔거든요. 근데 거기에 한국인들이 별로 없어요. (중략) (그럼 그 세계인들이 모이는 월드에서는 어떻게 소통해요?) 저는 영어를 사용해요 (애리와 인터뷰 중에서)

2. 놀이 활동

청소년들이 제페토에서 어떠한 문화 활동을 하는지 알아보기 위해 인터뷰를 한 결과, 비대면 민속놀이, 월드 이용, 놀리기 놀이 등의 놀이 활동을 하는 것으로 나타났다.

1) 비대면 민속놀이

청소년들은 제페토에서 자기 모습을 본떠 만든 아바타를 이용해서 비대면으로 숨바꼭질, 술래잡기, 얼음 땡, 무궁화꽃이 피었습니다 등의 민속놀이를 즐기는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 청소년들의 놀이 장소가 코로나로 인해 온라인으로 옮겨진 것으로 볼 수 있다.

이맵(교실2)에서 숨바꼭질 많이해요 (중략) 그냥 숨을곳 같은곳에 포즈로 최대한 몸을 숨겨서 해용 (아드와 인터뷰 중에서)

월드에서 숨바꼭질도하고 이렇게 놀아요 (아~ 숨바꼭질 어떻게 하는거예요? 간단히 설명해줄 수 있어요?) 월드에서 숨으면 찾는거예요! (월드에서 숨으면 찾는거예요? 같은 월드 안에서?) 네! (그러면 술래는 어떻게 정해요?) 놀이로 (무슨 놀이로 정해요?) 가방 모양 있죠? (네 가방모양) 그거 누르고 (네) 누르면 놀이 누르고 (네 놀이 누르고) 이거로 (네 84가 나왔어요) 숫자 적은 사람이 술래예요!! (아 숫자 적은 사람이 술래구나. 이렇게 술래를 정하는구나.) (니벵과 인터뷰 중에서)

(월드에서는 뭐 하고 놀아요?) 술래잡기..등등의 실제로 우리가..하는 놀이를..해요! (중략)
(조금만 소개해줄래요?) 얼음뺑,술래잡기,무궁화 꽃이 피었습니다 등등의 여러놀이를 해요
(아하~ 그럼 규칙은 다 실제랑 똑같아요?) 네 (노우지와 인터뷰 중에서)

2) 월드 이용

연구참여자들은 사람들, 특히 반모자와 소통하기 위한 공간으로 월드를 이용하거나, 월드를 탐험하는 것으로 나타났다.

쥘메나 월드가요 (아드와 인터뷰 중에서)

이야기하고 월드가서 놀고 그게 다에영 (닐아와 인터뷰 중에서)

월드에 가기도..하고 친구들과 실제일상에 대해 말해요 서로의 이야기에 동의하고 공감하죠 (중략) (보통 어떤 월드에서 놀아여?) 신규로 나오는..월드에 많이..가요!
(노우지와 인터뷰 중에서)

(반모자 많아요?) 적당한거 같아요! (몇 명 정도예요?) 15? 정도예요! (그렇구나~ 그럼 반모자랑은 뭐하고 놀아요?) 월드 가서 맵 탐험? 같은것도 하고~ 같이 게시물 소통도 해요!
(니츠와 인터뷰 중에서)

맵들 다니면서 변화된 부분 있나 살펴보기도 하고, 친구들이랑 노는게 가장 큰 것 같아요 (애리와 인터뷰 중에서)

3) 놀리기 놀이

연구참여자 중 유설은 너빵, 디스 등의 놀리기 놀이를 한다고 응답하였다. 이러한 놀이는 모르는 사람이 옆에서 봤을 때는 사이버불링으로 보일 수 있지만, 친한 사람들과 할 수 있는 장난으로 여기고 있었다.

(닉빵이라는 말이 잘 몰라서 그러는데 좀 설명 부탁드립니다) 아 게임을 해서 진 사람이 이긴 사람이 지정한 닉으로 바꾸는거예요! (닉빵을 왜 하는데요?) 음.. 만약 이기면 제가 지정한 닉으로 하니까 웃기고 또 재밌어서요! (아하 웃기고 재미있군요! 그럼 닉빵할 때 무슨 게임을 해서 이긴사람, 진사람 결정해요?) 베라 31을 합니다! (숫자 1개부터 3개까지 말하면서 31 말하는 사람이 지는 게임이요?) 냅!! (그것 말고 다른 방법으로도 정해요?) 음.. 아뇨! (유설과 인터뷰 중에서)

(디스한다는 것은 무엇을 말하는거예요?) 음.. 서로 놀리거나 웃기는? 거요! (서로 놀리거나 웃는거는 왜 해요?) 음.. 재밌고 서로 좋아해서요! (서로 좋아한다? 그럼 다른 반모자가 유설님 놀리거나 웃어도 재미있고 좋아요?) 네에 선만 안넘으면 좋은 편이에요!! (선이라고 말한 기준이 혹시 있어요?) 음.. 진짜 심하게 하거나 하지 말라고 하는데 자꾸 하네요! (유설과 인터뷰 중에서)

3. 댄스 활동

연구참여자들과 월드에서 인터뷰하는 중에 춤을 추는 모습들이 포착되었다. 그뿐만 아니라 게시물을 올릴 때도 춤을 추는 영상을 편집해서 게시하는 것으로 나타났다. 성인들의 경우는 제페토 안에서 클럽놀이를 하는 것으로 나타났다.

1) 춤추는 영상 게시

제페토에는 '포토부스'에서 자신의 아바타로 정해진 행동을 할 수 있는 기능을 제공한다. 주요 행동으로는 다양한 춤이 포함되어 있고, 청소년들은 자신의 아바타뿐만 아니라 팔로워를 초대해서 함께 춤을 추도록 한 뒤, 그 영상을 촬영 및 편집하여 게시물을 올리기도 한다.

(뭘 편집해요?) 제페토 캐릭터음 (캐릭터 꾸미는거요?) 아녜 캐릭터 가 춤추는거 등등어 (닐아와 인터뷰 중에서)

음 뭐 Q&A나 제페토 캐릭터 춤추는걸 편집해요 (보리와 인터뷰 중에서)

2) 클럽놀이

청소년들의 놀이 활동은 아니고, 성인들의 놀이 활동으로 월드에서 음악을 틀고 춤을 추는 클럽놀이도 보고되었다.

요즘에 제페토가 코로나 때문에 많은 사람들이 들어오면서 성인분들이 엄청 늘었는데, 근데 그 성인분들은 친목도모가 목적이고, 거기에다가 클럽개념을 끼었어서 많이 노시더라고요? (클럽?) 네 제페토를 클럽처럼 활용하는.. (클럽처럼 활용한다는게 무슨 뜻이에요?) 예를 들어서 어떤 이런 교실 맵이 있으면, 다양한 효과를 이용해서 그리고 이렇게 마이크로 노래를 틀어서 움직임들을 사용해서 제페토를 그냥 클럽에 있는 것처럼 활용해요 (애리와 인터뷰 중에서)

4. 또래 활동

청소년기에 중요한 발달과업 중 하나는 그들의 삶에서 매우 중요한 타인인 또래와 친밀한 관계를 형성하는 것이다. 또래집단이라는 용어는 다양한 의미로 해석될 수 있는데, 비슷한 연령대의 매우 친한 친구들의 소집단을 의미하기도 하며, 반드시 친구는 아니더라도 연령이 비슷한 사람들의 집단을 의미하기도 한다(오윤선, 황인숙, 2020, 85). 인터뷰 중에 나타난 크루와 반모자는 앞에서 설명한 또래집단으로 볼 수 있고, 제페토 안에서 발견된 또래 활동은 또래집단의 형성요인(오윤선, 황인숙, 2020, 87) 세 가지 중 유사성과 지향성에 초점을 두는 것을 알 수 있다.

1) 크루

연구참여자들은 특정 주제를 정하고 단체를 이루어 노는 크루 활동을 하고 있거나 했던 것으로 나타났다. 연구참여자들이 응답한 주제는 패션, 상황극, 노래 등이다.

갈패대라고 크루에서 패션대회같은것도 해요 (그게 뭔지 설명해줄 수 있어요?) 강퇴패션 대회예요. 탈락은 방장이 퇴장시키는 대회예요. 주제에 맞는 옷을 입는거예요 (아드와 인터뷰 중에서)

크루에 학교 상극 하는데 저도 같이한답니다 (학교 상극 간단히 뭔지 설명해줄 수 있어요?) (중략) 넵 학상은 간단하게 학교에서 그냥 학교상극해영 (학교에서 일어날 수 있는 일?) 넵 (닐아와 인터뷰 중에서)

크루로 활동을 했었어요 (어떤 크루에서 활동했었어요?) 저는 노래를 즐겨듣는 크루에 있었어요 (노래를 즐겨듣는 크루?) 네 다 같이 모여서 노래를 듣거나, 노래를 부르는.. (그러면 거기 활동은 왜 이제 안해요?) 좀 의미가 변질되서, 제가 추구하는 방향과 달랐어요 (애리와 인터뷰 중에서)

제페토에서 제공하는 크루 주제는 단체사진, 왕초보, 배우모집, 월드, 팬덤, 초등, 중등, 소통, 소개팅, 리터칭, 아이돌, 커플사진, 선물나눔, 질문답변, 고민상담, 기타, 고등, 20대, 30대, 롤플레이이고, 이외에 연구자가 추가로 알게 된 주제는 맞팔(팔로우를 늘리기 위해 크루에 가입한 사람들을 서로 팔로우하는 크루다. '모든 계정 팔로우'의 약어 '모계팔'도 해당 크루에서 많이 사용되는 용어다), 얼핏(아바타 외모를 평가하는 크루다.), 취향(자신의 취향에 해당하는 아바타를 꾸민 사람들을 초대해서 소통하는 크루다) 등이다.

2) 반모자

연구참여자들에게 반모자가 아닌 사람들과도 관계를 갖는지 물어보았더니, 대체로 반모자 하고만 논다고 응답하였다.

(그러면 반모자 아닌 사람이랑도 놀아요?) 아뇨! (니벙과 인터뷰 중에서)

네 초면인 분들이랑 쥘메로 수다떨진 않아요 (중략) (제페토 하면서 가장 기억에 남는 것 있어요?) 음... 반보자랑 싸운거요 (왜 싸웠는지 말해줄 수 있어요?) 제가 아누것도 모르고 반모자의 반모자와 반모를 해서.. (반모자의 반모자와 반모를하면 안되요?) 네 저도 그건 몰랐는데 반뻐이라고 불리더라고요 (반뻐... 지뻐이라고도 있던데 그거랑 다른거예요?) 네네 같은거예요 (아 반뻐 지뻐 같은거군요) 반모자들을 지인이라고 부르니까 (왜 그때 일이 가장 기억에 남아요?) 그 일로 시작해서 반모자가 제 제페토에 간섭하면서 뭐만하면 따라했다고 뭐라그래서.. (그래서요..?) 뭐 나중엔 크게 싸워서 반박해서 기억에 남아요 (보리와 인터뷰 중에서)

(친하게 지내는 사람 3명 말고 다른 사람이랑도 놀아요?) 그렇게 오랜시간을 허비해서 노는 것 같지는 않은 것 같아요 (아 오랜시간을 소비해서 놀지는 않는다?) 네 (왜 그런걸까요?) 음.. 저에게 제 캐릭터에 관심을 가져주는 사람이랑, 제 캐릭터에 그렇게 큰 관심이 없는 사람의 차이가 아닐까요? (음~ 관심 가져주는 사람과 가져주지 않는 사람의 차이?) 네 뭔가 그리고 너무 친한척을 하는 경우에도 부담스러워서 오히려 많이 안놀게 되는 것 같아요 (어떤 부분이 부담스러워요?) 어.. 사실 이제 메타버스 세계다 보니까 되게 다양한 익명의 사람들이 있잖아요 (네) 그런데 저랑 나이대가 비슷하거나 아니면 저보다 나이가 조금 더 많은 사회 초년생들 같은 경우에는 저랑 대화를 가장 공감할 수 있는 사람들이니까 편하게 이야기 할 수 있는데, 제페토를 하는 주 목적이 다른 분들이 있어요. (애리와 인터뷰 중에서)

(혹시 반모자 아닌 사람이랑도 놀거나 선물 주기도 해요?) 음.. 거의 안 그래요!
(유설과 인터뷰 중에서)

5. 소비 활동

청소년들이 제페토에서 소비와 관련해서 어떠한 활동을 하고 있는지 알아보기 위해 인터뷰를 한 결과, 자신의 캐릭터를 꾸미기 위해서, 선물을 하기 위해서, 월드를 즐기기 위해서 아이템 구매 등을 하는 것으로 나타났다. 그리고 소비하기 위해서 게임머니를 얻는 행위도 있었다.

1) 자신의 캐릭터를 꾸미기 위해서 아이템 구매

제페토에서는 게임머니인 줌과 코인으로 할 수 있는 행위가 제한적이다. 연구참여자들은 가장 많이 하는 소비행위로 자신의 캐릭터를 꾸미기 위해서 아이템을 구매하는 것으로 응답했다.

옷사는거랑 선물이요 (아드와 인터뷰 중에서)

캐릭터 꾸미거나 월드에 썬영 (중략) (줌 모으면 뭐 하는데요?) 줌은..코인보다 더 특별하게 많고 바로 크레이더스가? 거기서 쇼핑하여 제가 입는옷도 (크레이더스가?) 그...사람들이 만드는 꾸미는 아이템이여 (닐아와 인터뷰 중에서)

옷? (니벙과 인터뷰 중에서)

옷을 주로 사는거 같아요! (니츠와 인터뷰 중에서)

뭐 지인이 선물해준 것도 몇 있지만 보통은 제가 사요 (그럼 코인이랑 줌 중에 어느 것으로 사요?) 제가 줌은 없어서 코인으로 사요 (중략) (그럼 코인으로 옷 사는 것 말고 다른 것도 하는게 있어요?) 제페토 안에서요? (네) 음..... 저한테 있는 옷으로 다시 새롭게 꾸며요 (보리와 인터뷰 중에서)

옷은 요즘에는 제가 결제해서 하고 있어요 (결제라고 하면은 혹시 줌으로 사는거예요?) 네 줌으로 사고 있어요 (중략) (그러면 줌으로는 옷 같은 것 사고, 코인으로는 뭐해요?) 코인도 옷사는데 사용하는 것 같아요. 신발 같은 것은 구현성이 좋아서 (신발 같은 것은 구현성이 좋아서, 코인으로 살 수 있는 것도 구현성이 좋아서 코인으로 구매한다는거죠?) 네 가능한 범위 내에서 현실과 제일 비슷한 것을 사는 것 같아요 (애리와 인터뷰 중에서)

2) 선물을 하기 위해서 아이템 구매

연구참여자들은 자신의 캐릭터를 꾸미는 것 외에도 선물하는 행위를 하는 것으로 응답했다. 그리고 그 이유를 선물 받은 사람의 반응 때문으로 응답했다.

옷사는거랑 선물이요 (아드와 인터뷰 중에서)

제가 최근에 선물해주는 재미가 생겼거든요! (돈 모으면 선물해요?) 음..제가 쓰기도하고.. 선물도 해요 (선물해주는게 왜 재미있는지 말해줄 수 있어요?) 음...사람들이 고맙다고 하니까 기분이 좋아여 (닐아와 인터뷰 중에서)

저는 선물을 많이..주는편이에요 (선물은 왜 주는데요?) 저도 선물을 받았을때 기뻐요 그러니 그 기쁨을 제가 주고싶고 선물을..주면 뿌듯함이있어요 (노우지와 인터뷰 중에서) 모으면 바로 쓰는 편이라 좀 거지긴 한데 거의 대부분 반모자들한테 선물 줍니다!! (선물은 왜 줘요?) 반모자들 반응이 좋아서요!! (유설과 인터뷰 중에서)

3) 월드를 즐기기 위해서 아이템 구매

연구참여자 중 닐아는 월드를 즐기기 위해서도 아이템을 구매한다고 응답했다.

음..로켓이나 물고기 미끼랑 스케이드 보드영 (로켓이나 물고기 미끼 사면 뭐 할 수 있어요?) 로켓으로 월드 퀘스트도 깨고 물고기로 다양한 보상을 받기 때문입니다 (닐아와 인터뷰 중에서)

4) 소비를 하기 위해서 게임머니를 얻는 행위

코인을 구하기 위해 점프마스터와 일일미션을 하고, 줌을 구하기 위해 랜덤 미션, 점프마스터, 현실⁹⁾을 하는 것으로 나타났다.

(코인이랑 줌은 어떻게 구해요?) 현실이나 점프마스터요 (현실은 언제해요?) 가끔 될 때 해요 (얼마 정도 해요?) 만원정도 해요 (용돈으로 받은거예요?) 아니요 모아논거용 (아드와 인터뷰 중에서)

일단 제가 아는 사람들이랑 인사하고 퀘스트 해욤 (무슨 퀘스트요?) 그..나와있는 일일퀘스트? (제페토 미션) 냅 (아아 그건 왜 해요?) 돈모으려구여 제가 최근에 선물해주는 재미가 생겼거든요! (닐아와 인터뷰 중에서)

(줌은 어디서 났어요?) 점프마스터요 (점프마스터에서 줌도 구할 수 있어요?) 네 (아~ 점프마스터에서 어떻게 해서 줌 구할 수 있는지 간단하게 말해줄 수 있어요?) 미션이 있는데 그 미션을 다 클리어하면 되요 (니벵과 인터뷰 중에서)

열심히 퀘스트를 하죠 (어떤 퀘스트요?) 일일퀘스트를 주로..하고 설문조사도해요 (설문조사?) 냅 (그게 뭐예요? 저는 한 번도 안해봤어요) 무료코인에 들어가면 맨 위에 보라색네모 버튼이 보일거예요 (네) 그걸 클릭한뒤 설문조사에 응해요 (노우지와 인터뷰 중에서)

9) 현실: 현실과 동의어, 현금을 사용해서 게임머니를 얻는 것을 의미함.

랜덤게임? 같은 룰렛 돌려서 돈 모은뒤에 사요! (랜덤게임이 될까요...?) 무료코인? 그런거
요! (니츠와 인터뷰 중에서)

(잼을 그러면은 어떤, 얼마 정도 현금결제 해요?) 용돈으로 받아서 1,200원 정도 못쓰는
것 같아요 (1200원?) 1200원을 쓰면 14잼인가 나오는데, 그걸 오래 모아서 (아 매월 1200
원정도씩 결제를 해서 모았다가 옷을 사는거예요?) 네네 (애리와 인터뷰 중에서)

6. 소통 활동

청소년들이 제페토에서 소통과 관련된 활동을 하고 있는지 알아보기 위해 인터뷰를 한
결과, 반모자들과 대화, 게시물 소통 등을 하는 것으로 나타났다.

1) 반모자들과 대화

연구참여자들은 주로 반모자들과 대화하는 것으로 나타났고, 대화 주제는 옷, 일상, 게시
물, 비밀, 팔로워 수, 영상 편집 등에 관한 것이었다.

알림창에 들어가서 반모자들과 소통해용 (중략) 그냥 옷이야기나 뭐하고 있는지 얘기해요
(아드와 인터뷰 중에서)

이야기하고 월드가서 놀고 그게 다에영 (중략) 그냥 편집하는거나 진실게임 이요
(닐아와 인터뷰 중에서)

소통 (니벵과 인터뷰 중에서)

인터넷 친구들의 메시지를 확인해요 (보통 메시지는 누가 보내요? 반모자? 아니면 그냥
팔로우?) 보통은 같이 게임하는 실제친구들이 보내요 반모자들도 많이 보내구요 (중략)
(같이 게임하는 실제친구나 반모자들은 몇 명정도 있어요?) 약 20명 정도..있어요 (중략)
월드에 가기도..하고 친구들과 실제일상에 대해 말해요 서로의 이야기에 동의하고 공감하
죠 (노우지와 인터뷰 중에서)

게시글 올리고 반모자들과 놀죠 (반모자들이랑은 뭐하고 놀아요?) 음 쫌메로 그냥 이런저런 얘기? (주로 어떤 이야기 하는지 말해줄 수 있어요?) 음..... (자세하게는 아니고) 팔로워 수 얘기해요 (중략) 편집 방법이나 (무엇을 편집하는데요?) 게시글에 올릴 영상들이요 (아하~ 직접 게시물 올릴 영상 편집하는거예요?) 네 (보리와 인터뷰 중에서)

반모자요? 저는 친한사람 딱 3명만 두고 있어요? 워낙 예의없는 사람들을 많이 봐서 예의없는 사람들이 있어서 정말 오래 함께한 친구들 빼고는 그냥 별로 친하게 안지내는 것 같아요 (그럼 반모자라고 이야기를 안해요?) 반모자라고 이야기 하는건 사실 초등학생들인 것 같아요 (그러면 다른 표현으로는 뭘 써요?) 그냥 저희는 고등학생들끼리는 아 그냥 저희 말 놓을까요? 이런 식으로 놓거나 자연스럽게 놓게되는 것 같아요 (그렇구나~ 그러면은 그 친구들 정말 친한 세 명의 친구들이랑은 어떻게 뭐하고 놀아요?) 그냥 맵에서 얘기를 많이 해요. 일상생활 얘기도 많이 하고, 옷을 입거나 아니면은 피드를 올리면 거기에 대해서 칭찬을 해주기도 하고 (그러면은 혹시 이야기를 할 때 지금처럼 마이크를 사용해요?) 마이크를 사용하는 친구도 있고 안하는 친구도 있어요 (왜 그렇게 다를까요?) 익명성 때문인 것 같아요. (애리와 인터뷰 중에서)

반모자들 게시물 찾아가거나 쫌메합니다! (유설과 인터뷰 중에서)

2) 게시물 소통

연구참여자들은 반모자들과 대화하는 직접 소통 외에 간접적으로 소통하는 게시물 소통이 있었다. 게시물 보기, 게시물 올리기, 댓글이나 하트 누르기, 댓글로 질문을 받아서 Q&A 형태로 게시물을 올려서 답변하기, 선물을 받으면 인증하기 등이다.

(1) 게시물 보기

연구참여자들은 제페토에서 여유롭게 시간 보낼 때 반모자나 추천 게시물을 구경하는 것으로 나타났다.

게시물 구경해요 (게시물? 혹시 특별히 좋아하는 게시물 있어요?) 네 (어떤 게시물 좋아해요?) 반모자 게시물 (니벵과 인터뷰 중에서)

추천에 뜬 게시물 구경을 합니다! (그걸 보는 이유가 있어요?) 최근에 어떤 게시물 스타일이 유행인지도 살짝 겸 보는거 같네요! (니츠와 인터뷰 중에서)

(2) 게시물 올리기

연구참여자들은 게시물을 올리기에 앞서 그 준비단계로 코디를 하거나 영상 편집하고, 이어서 게시물을 올리는 것으로 나타났다.

게시물 올리거나 코디해요 (아드와 인터뷰 중에서)

캐릭터의 의상착의도 바꾸고.. (중략) 인스타그램이나 페이스북처럼 일상을 공유해요 (일상을 왜 공유하는지 물어봐도 되요?) 일상을 공유하면 댓글이 달려요 그 댓글을 보는데 재미있어요 (노우지와 인터뷰 중에서)

(뭘 편집해요?) 제페토 캐릭터용 (캐릭터 꾸미는거요?) 아녜 캐릭터 가 춤추는거 등등여 (중략) 게시물올리거나 월드에서 놀아여 (닐아와 인터뷰 중에서)

아이돌 뮤비 같은걸 따라 만들어보기도 하고, 아니면 특색있는 영상들을 만들어서 팔로워들을 모으는데 주력하는 분들도 있는 것 같아요 (애리와 인터뷰 중에서)

게시물 올리거나 뮤비 만들어욤! (중략) (뮤비라면 음악에 맞춰서 영상 편집하는거예요?) 네! 제페토 캐릭터 넣어서 편집에서 자막 넣고 효과 넣고 해요! (아하~ 유설님이 말하는 뮤비는 제페토 안의 기능을 활용해서 만드는 것 말하는거죠? 별도의 앱을 이용해서 영상 편집 및 음악을 넣는 것이 아니라?) 아 제페토 캐릭터를 넣어서 다른 편집 앱도 사용해서 만듭니드! (유설과 인터뷰 중에서)

(3) 댓글이나 하트 누르기

게시물 소통도 해요! (게시물 소통이 뭐예요?) 서로가 올린 게시물에 가서 댓글 달아주거나 하트를 누르는거예요! (니츠와 인터뷰 중에서)

반모자들 게시물 찾아가거나 쫓메합니다! (유설과 인터뷰 중에서)

(4) 댓글로 질문을 받아서 Q&A 형태로 게시물을 올려서 답변하기

음 뭐 Q&A나 제페토 캐릭터 춤추는걸 편집해요 (보리와 인터뷰 중에서)

(5) 선물을 받으면 인증하기

선물 받은 옷으로 꾸민 캐릭터 사진을 올려요! (옷을 선물 많이 받아요?) 많이는 아니고.. 조금씩 받기도 합니다! (보통 누가 선물을 줘요?) 몇번은 소통해본 사람이나 외부인들께서 팬이라고 주시는거 같아요! (우와 팬도 있어요?) 네! 아무래도 팔로워가 있어서 그런거 같아요 ㅎㅎ (니즈와 인터뷰 중에서)

7. 아이돌 활동

제페토에서는 다른 사람들과 의상을 맞추고, 단체로 춤을 연습을 한 뒤, 공연도 하는 ‘제페토 아이돌’이라는 활동이 있다. 제페토 아이돌은 앞에서 서술한 댄스 활동과 혼동될 수 있는데, 입시 위주의 학교 교육에 억눌려 있던 학생들의 감정을 환기하면서 스트레스를 해소하고, 자신의 깊은 마음과 만나며 이를 표현하고 상대와 소통하게 하는 심리적 산소와 같은 역할을 하는 댄스문화(오윤선, 황인숙, 2020, 296)와는 다르다. 오히려 또래 활동(크루)이나 소통 활동에 더 가깝다고 할 수 있다.

(제페토 아이돌은 뭐예요) 음..블랙핑크 하우스에서 춤연습하는거영 (춤연습해서 그 다음에 하는 것도 있어요?) 그다음에 월드에서 사람들앞에서 공연 할예정이에요 (중략) (제페토 아이돌하는 이유가 혹시 있어요?) 음...사람들이랑 어울리고 싶어서입니다 (닐아와 인터뷰 중에서)

8. 웹툰 활동

제페토에는 아바타를 이용해 사진을 촬영하고, 이러한 기능을 통해 웹툰을 만들 수 있도록 지원하고 있다. 이러한 활동을 청소년들은 제페토 상황극(상극)¹⁰⁾이라고 한다. 기존의 청소년

10) 제페토 상황극: 상극이라고 줄여서 부르기도 함. 제페토 안의 다양한 동작을 엮어서 영상으로 만들거나, 캐

웹툰문화는 웹툰을 그 자체로 즐기는 문화와 웹툰과 관련된 댓글 문화가 있었다(장수한, 2020, 148). 그러나 제페토에서 발견된 웹툰 활동은 웹툰을 만드는 활동이 추가되었다고 볼 수 있다.

크루에 학교 상극 하는데 저도 같이한답니다 (학교 상극 간단히 뭔지 설명해줄 수 있어요?) (중략) 넵 학상은 간단하게 학교에서 그냥 학교상극해영 (학교에서 일어날 수 있는 일?) 뵙 (중략) (상황극하는 이유가 혹시 있어요?) 음...사람들이랑 어울리고 싶어서입니다 (닐아와 인터뷰 중에서)

9. 음식 활동

연구자는 제페토를 경험하면서 음식과 관련된 것은 찾아보기 힘들었다. 그래서 연구참여자들에게 제페토에서 접하는 음식과 관련된 것을 물어보았으나, 없거나, 모르고, 월드에 음식 관련된 아이템은 있지만 집는 것 외의 상호작용은 불가능하다는 것으로 나타났다.

매점 있어요 (매점? 매점에서 뭐해요?) 음식 집어요 (음식 집은다음에 뭐해요?) 근데 못 먹어요 (아 먹지는 못하고 음식 집기만 해요?) 네 (그냥 집고 끝나는거예요?) 넵 (니벵과 인터뷰 중에서)

아니용 (아드와 인터뷰 중에서)

그런건 안해여 (닐아와 인터뷰 중에서)

저도 그런거는.. 못 봤어요 (노우지와 인터뷰 중에서)

음.. 최근에 배달의 민족 떡볶이 관련해서 콜라보 한거 본적이 있어요! (아하 떡볶이 노래 나오면서 춤추는거요?) 네네 맞아요! (니츠와 인터뷰 중에서)

여기 월드 안에 급식실이 있어요 거기서 어떨뻔 급식 아주머니 역할.. 특별한건 없어요 (보리와 인터뷰 중에서)

리터를 움직여 서로 멘트를 주고받는 것을 영상으로 녹화해 다시 유튜브에 올리는 것이다(이임복, 2021, 102).

음식? 음식에 대해서 하는건 잘 못본 것 같고 (애리와 인터뷰 중에서)

음.. 음식 관련해서는 없는 것 같아요T (유설과 인터뷰 중에서)

10. 팔로워 늘리기 활동

팔로우를 하거나 맛팔을 하는 등의 팔로워를 늘리기 위한 활동을 하는 것으로 나타났다.

그냥 접속해서 계정들 팔로우하고 게시물 올리고 반모자들과 놀죠
(보리와 인터뷰 중에서)

어린 친구들은 팔로워를 모으는 것 자체가 목적인 것 같아요 (애리와 인터뷰 중에서)

음.. 맛팔로 팔 늘리는 작업해요! (팔 늘리는 작업은 왜해요?) 팔이 많아지면 자랑도 할수 있고 제가 인기를 얻게 되는 게 좋아서요! (유설과 인터뷰 중에서)

11. 패션 활동

청소년들이 제페토에서 패션과 관련해서 어떠한 활동을 하고 있는지 알아보기 위해 인터뷰를 한 결과, 캐릭터 꾸미기, 구경하기, 보여주기, 가상 체험하기 등의 패션 활동이 있는 것으로 나타났다. 의복은 청소년기 또래집단의 소통과 승인에 있어 중요한 수단이 된다. 친구들 간에 인기를 좌우하는 요인이 되고, 새로운 유행이나 의복에 대한 흥미가 매우 높다 (오윤선, 황인숙, 2020, 265).

1) 캐릭터 꾸미기

연구참여자들은 제페토에서 캐릭터 꾸미는 활동을 한다고 하였다. 캐릭터를 꾸미는 기준으로는 유행을 참고해서, 선호하는 스타일로, 특별한 기준 없이 마음에 들거나 예쁘게, 연예인을 참고해서 등으로 나타났다. 이러한 결과는 자신이 멋있다고 생각하는 의복을 선택해서 입고, 유행하는 옷이나 연예인이 입는 옷을 모방해서 입기를 좋아한다는 청소년의 의복문화 (정하성, 유진이, 2006, 18)가 캐릭터에도 그대로 적용되는 것을 볼 수 있다.

(1) 유행을 참고

스타일에 뜨는거 보고 가끔 예쁘면 그 옷을 사요 (아드와 인터뷰 중에서)

어.. 저는 요즘 패션들을 많이 참고하고, 제 나이가 어떻게 입고 다니는지에 대해서도 연구를 하고, 현실과 가장 비슷하게 입으려고 노력하는 것 같아요 (아 실제 애리님의 현실과? 아니면 현실에 있는, 유행하는 패션과? 어느 방향이에요?) 패션이나 이런 질감 같은 것들을 보고 많이 골라요 (아 그렇구나 그럼 최대한 현실에 있는 거를 여기 메타버스 제페토에서 활용해보려고 하는 그런 개념으로 보면 될까요?) 네네 (애리와 인터뷰 중에서)

(아바타 꾸밀 때는 어떻게 꾸며요?) 음.. 커스텀은 영상 보고 하고요! 옷이나 머리색은 한 가지 색으로 맞추는 편이에요1 (커스텀이라고 하면 저는 '바꾸다'라는 의미로만 해석되요. 유설님이 생각하는 커스텀에 대해 설명해주세요) 커스텀이 그 얼굴 눈코입을 모양 형태를 좀 바꾸는 건데 제페토에서는 쉽게 고칠 수 있어요! (유설과 인터뷰 중에서)

(2) 선호하는 스타일

힙한걸 좋아해서 힙한거나 아니면 예쁘게 해요. (아드와 인터뷰 중에서)

음.. 커스텀으로 하나하나 다듬고 (중략) 아 모던 시크여 (닐아와 인터뷰 중에서)

제가 좋아하는 스타일로..? 핑크를 좋아해요 (핑크색 중심으로 꾸미는거예요?) 핑크 스타일로 꾸며요 (그렇구나~ 그래서 전부 핑크색이었네요)네 어떨때 특별하게 바뀌기도 하지만 보통은 핑크입니다 (보리와 인터뷰 중에서)

(3) 특별한 기준 없이 마음에 들거나 예쁘게

맘에 들어서요 (니벵과 인터뷰 중에서)

그냥..취향데로..꾸미는거같아요 (취향? 혹시 어떤 취향인지 설명해줄 수 있어요?) 제 아바타는 인터넷에서 설명해주는 외모에 제 개인..취향을 더했어요 딱하 취향은 없고 그냥 더 예뻐보이는데로 수정하는거죠 (노우지와 인터뷰 중에서)

(4) 연예인을 참고

음.. 보통 연예인? 본따서 만드는거 같아요! (혹시 주로 따라하는 연예인이 있어요?) 투모로우바이투게더의 연준님 주로 따라하는거 같습니다! (니츠와 인터뷰 중에서)

제가 원하는 그런 이상형에 가까운 얼굴이나 아이돌스러운 얼굴도 구현하려고 한 것 같아요 (혹시 모티브로 한 아이돌이 있을까요?) 일단 전소미님 참고했고요, 그리고 최근에 노제님이 되게 이슈가 되서 닮을 수 있게 꾸몄어요 (애리와 인터뷰 중에서)

2) 구경하기

연구참여자들은 새로 나온 옷이나, 코디를 하기 위해 옷을 구경하는 것으로 나타났다.

신상 구경이요 (니벙과 인터뷰 중에서)

저는 어.. 옷에 대해서 체크를 해요. 그.. 다양한 옷들이 나와 있으니까 어떤식으로 입어보면 예쁜지 이런데도 관심이 많아서. 그렇습니다. (애리와 인터뷰 중에서)

3) 보여주기

연구참여자 중 니츠는 오늘의 코디나 선물 받은 옷으로 꾸민 캐릭터는 게시물을 통해 다른 사람들에게 보여주는 것으로 나타났다.

제일 먼저 게시물 올리는거 같아요! (어떤 게시물을 올려요?) 오늘의 코디? 선물 받은 옷으로 꾸민 캐릭터 사진을 올려요! (니츠와 인터뷰 중에서)

4) 가상체험하기

연구참여자 중 애리는 제페토에서 자기 외모를 닮은 아바타를 통해 옷을 가상으로 체험해보는 것으로 나타났다.

저는 제가 목적을 삼았던 것은 패션이었어요 (패션~) 사람들이 참고할 수 있을만한 패션을 꾸준히 올리고, 스타일 기록도 엄청 많거든요 (혹시 그 제페토에서 지금 관심있는 패션, 제페토에서 활동하는, 관심있는 목적이 패션이라고 했는데, 그게 본인의 실제 생활과 어떤 연관이 있는 것 같아요?) 아 저는 수능을 치기 전까지는 거의 학생이 입을 수 있는 옷에 제약이 많잖아요 (네) 그래서 만약에 어른이 된다면 어떤 식으로 꾸미고 다니면 될까 라는 것도 있었고, 아이돌들은 어떤 옷들을 입을 때 가장 빛날까 그런식으로 계속 연구를 했던 것 같아요 (애리와 인터뷰 중에서)

12. 기억에 남는 경험

이상의 9가지 활동 외에도 청소년들이 제페토에서 활동하면서 새로운 것을 접하거나 알게 된 경험, 선물이나 썸을 받은 경험, 부정적인 경험 등이 있는 것으로 나타났다.

1) 새로운 것을 접하거나 알게 된 경험

처음 캐릭터 꾸밀때가 가장 기억에 남았어요! (왜 기억에 남아요?) 아무래도 가상세계의 캐릭터를 꾸민다는 자체가 저에게 색다르게 다가온거 같아요! (니츠와 인터뷰 중에서)

제페토 하면서 가장 기억에 남는건, 제가 세상을 보는 눈을 키우고, 친구들이랑 소통할 때 영어가 얼마나 중요한지 깨달은 것 같아요. (애리와 인터뷰 중에서)

2) 선물이나 썸을 받은 경험

선물 엄청 많이 받았을때용 (언제 선물 받은거예요?) 200일인가 기념으로 누가 주셨어요

(왜 기억에 남아요?) 코인도 아니고 켜이라서 그런것도 있고 그렇게 많이 받은건 처음이라서 기억에 남는것 같아요 (켜선물은 보통 누가 줘요?) 반모자들이나 친한분이 줘용 (아드와 인터뷰 중에서)

음.. 반모자한테 켜카를 받았으 때요1 (켜카라면 보통 뭘 말하는거에여?) 현실할때 쓰는 문상? 같은겁니다 (금액은 상관없이 그냥 전부 켜카라고 해요?) 냅!! (그럼 반모자한테 켜카 받았을 때가 기억에 남는 이유가 뭐예요?) 음.. 제가 그만큼 반모자한테 소중한 존재라는 생각이 들어서요! (유설과 인터뷰 중에서)

켜을 1라도 모을때 기쁜거여 (켜을 모을 때 기뻐요? 왜 기쁠까요?) 냅 모으기가 힘들어서 (중략) 켜은..코인보다 더 특별한게 많고 (닐아와 인터뷰 중에서)

3) 부정적인 경험: 반모자랑 싸운 경험, 무례한 사람을 만난 경험

(제페토 하면서 가장 기억에 남는 것 있어요?) 음... 반모자랑 싸운거요 (왜 싸웠는지 말해줄 수 있어요?) 제가 아무것도 모르고 반모자의 반모자와 반모를 해서.. (반모자의 반모자와 반모를하면 안되요?) 네 저도 그건 몰랐는데 반뻐이라고 불리더라고요 (반뻐... 지뻐이라고도 있던데 그거랑 다른거에여?) 네네 같은거예요 (아 반뻐 지뻐 같은거군요) 반모자들을 지인이라고 부르니까 (왜 그때 일이 가장 기억에 남아요?) 그 일로 시작해서 반모자가 제 제페토에 간섭하면서 뭐만하면 따라했다고 뭐라그래서.. (그래서요..?) 뭐 나중엔 크게 싸워서 반박해서 기억에 남아요 (보리와 인터뷰 중에서)

사람의 종류에 대해서도 생각할 수 있었던 것 같아요 (사람의 종류라는게 무슨 말이죠?) 무례한 사람이나 아니면 친절하 사람이 일상에서도 자신의 목소리를 사용하는데도 무례하게 굴 수 있는 사람이 있구나 라는걸 알았어요 (그러면은 그런게 왜 기억에 남아요?) 어.. 생각보다 인터넷 상에서 자신의 목소리가 실제 목소리인데도 불구하고 사람들에게 욕을 하거나 아니면 이유없이 헐뜯는 경우가 있더라구요 (애리와 인터뷰 중에서)

13. 활동으로 인한 변화

청소년들이 제페토에서 활동하면서 변화된 부분을 알아보기 위해 인터뷰를 한 결과, 긍정적

변화와 부정적 변화 등이 나타났다.

1) 긍정적 변화

긍정적 변화로는 옷을 보는 안목의 변화, 사회성 향상, 스트레스 해소, 자신감 향상 등이다.

옷보는 눈이 달라진것 같아용 (현실에서도요?)넵 스타일이나 핏이요 (그럼 현실에서 옷도 사요?) 고르기만 하고 사지는 못해요ㅠㅠ (왜 못사요?) 엄마가 별로라고 해서요ㅠㅠ 그리고 재질이 안좋아 보인다고 하셔서반대하세요 (중략) (왜 그렇게 변한 것 같아요?) 여기서 많은 옷을 보다보니까 자연스럽게 바뀐것 같아요 (아드와 인터뷰 중에서)

음..초보일땐 무조건 미션만 집중했는데 이젠 사람들과 소통 할 수 있는 제가 되었어여 (닐아와 인터뷰 중에서)

사람을 대할 때 어떻게 친절하게 대할까? 그런 것도 생각해보는 계기가 된 것 같아요 (애리와 인터뷰 중에서)

(그럼 제페토 하기 전과 지금이 달라진게 있어요?) 고민이 많이 없어요 (제페토 하기 전에는 고민이 많았어요?) 많은편은 아니여도 있었어요 (그럼 지금은 왜 고민이 많이 없어요?) 많이 고민상담을..해서요 (노우지와 인터뷰 중에서)

자신감이 좀 생긴 것 같아요 (자신감이 생겼어요? 왜 그렇게 변한 것 같아요?) 영어 회화에 있어서도 자신감이 생겼고 (애리와 인터뷰 중에서)

2) 부정적 변화

부정적 변화로는 중독증상 등이다.

하루종일 제페토 생각만 나요 크게 행복한 일 아니면 한 이후엔 자꾸 제페토 생각만 나는거 (보통 제페토 하루에 몇 시간 정도 하는데요?) 핸드폰 보는시간마다요 거의 매일 핸드폰을 보니까 (왜 그렇게 변한 것 같아요?) 음..... 제페토가 워낙 자극적이니까..? (자극적? 아까 순수하길 바라면서 제페토 시작했다고 했었죠?) 네 (제페토가 자극적인 부분이

무엇인지 설명해줄 수 있어요?) 욕설, 변태 성희롱 그냥 욕같은게 많아요 (많이 힘들고 불편했겠어요) 네 (그럼에도 제페토를 하는 이유가 있어요?) 그냥... 3년동안 했는데 버리기 아까워요 (무엇을 버려요?) 계정이에요 접기싫다는 말이에요 (보리와 인터뷰 중에서)

음.. 아무래도 제가 제페토 하는 시간이 좀 많다 보니 엄마한테 폰압수를 많이 당해요! (왜 그렇게 변한 것 같아요?) 제가 너무 폰을 많이 해서요..! (유설과 인터뷰 중에서)

V. 결 론

본 연구는 최근 청소년들에게 주목받고 있는 메타버스 중 ‘제페토’에서 청소년들이 어떠한 문화 활동을 어떻게 하고 있는지 알아보고자 하는 목적으로 사례연구 방법을 사용하였다. 이를 위해 제페토에서 100일 이상 출석하고, 100명 이상의 팔로워를 둔 청소년을 8명을 연구참여자로 인터뷰를 실시하였다. 그 결과 다음과 같은 시사점이 도출되었다.

첫째, 제페토에서 나타난 청소년문화 활동은 교류 활동, 놀이 활동, 댄스 활동, 또래 활동, 소비 활동, 소통 활동, 아이돌 활동, 웹툰 활동, 팔로워 늘리기 활동, 패션 활동 등이다. 먼저 청소년들은 제페토를 통해서 다른 나라에 대해서 관심을 갖거나 다른 나라 사람들과 소통하는 등의 교류 활동을 하는 것으로 나타났다. 놀이 활동은 비대면 민속놀이, 월드 이용, 놀리기 놀이 등이 있었고, 댄스 활동에는 월드에서 춤을 추거나 게시물을 올릴 때 춤을 추는 영상을 편집해서 게시하는 것 등이 있었다. 또래 활동의 집단유형으로 크루와 반모자가 있었고, 소비 활동의 목적은 자신의 캐릭터를 꾸미기 위해서, 선물을 하기 위해서, 월드를 즐기기 위해서 아이템 구매 하는 것 등이 있었다. 그리고 소비하기 위해서 게임머니를 얻는 행위도 소비 활동의 한 형태로 보았다. 소통 활동은 반모자들과 대화, 게시물 소통 등을 하는 것으로 나타났고, 제페토 내에서 아바타를 활용한 아이돌 활동을 하는 경우도 있었다. 웹툰 창작 활동과 팔로워를 늘리는 활동도 있었으며, 캐릭터 꾸미기, 구경하기, 보여주기, 가상 체험하기 등의 패션 활동이 있는 것으로 나타났다.

둘째, 제페토에서 나타날 수 있는 특징은 기존 청소년 모바일문화와 동일한 디바이스를 사용하기 때문에 유사할 수 있다. 손쉽게 휴대하고 움직일 수 있는 스마트폰을 매개로 부모나 교사의 관리적 시설을 벗어나, 행위의 선택지를 넓히고 좀 더 자율적으로 무언가를 도모할 수 있는 여지를 갖는다. 개인의 상황과 편의에 따라 동시적 혹은 비동시적으로 소통하는 것이 가능하다. 더불어 익명으로 만난 대상과 소통하고, 차단기능에 의해 언제든지 소통을 중단할 수도 있다. 즉, 제페토에서는 선택적 소통이 가능하다.

셋째, 제페토는 청소년 모바일문화와 동일하게 메신저문화, 소셜게임 및 동영상 공유문화, SNS문화, 웹툰문화와 관련된 활동이 있다. 쥘메는 메신저문화, 점프마스터와 미니 게임 등은 소셜게임 및 동영상 공유문화, 팔로워는 SNS문화, 제페토 상황극 등은 웹툰문화와 관련된 활동이다. 웹툰문화의 경우 기존에 감상하는 것이 주된 문화 활동이었다면, 제페토에서는 창작하는 문화 활동이 추가되었다. 웹툰뿐만 아니라 의상, 월드, 뮤직비디오 등의 창작 활동이 있다.

넷째, 제페토는 청소년 게임문화와 동일하게 채팅, 경제활동 그리고 랭킹시스템이 존재한다. 제페토의 일부 월드에서는 게임처럼 내부 콘텐츠를 통한 랭킹시스템이 있으나 일정 기간이 지나면 사라지게 되어있다. 랭킹시스템은 정량적 데이터를 비교하는 것인데, 제페토에서는 대표적으로 '팔로워 수'를 비교할 수 있으므로, 이를 랭킹시스템으로 볼 수 있다. 그렇기에 청소년들은 팔로워 늘리기를 하는 것으로 보인다.

다섯째, 제페토를 통해 다른 나라에 대해 관심을 갖게 하거나 교류하는 공간으로 활용할 수 있다. 세계적으로 사용되는 앱은 많지만, 이용자끼리 소통할 수 있는 앱은 많지 않다. 제페토의 경우 글로벌 이용자가 많기에, 원하면 얼마든지 해외의 이용자와 교류할 수 있다. 그리고 해외 이용자가 제작한 월드를 통해 그들의 문화도 간접적으로 체험해볼 수가 있다.

여섯째, 민속놀이를 제페토에서도 할 수 있게 되면서, 오프라인 놀이였던 민속놀이가 온라인에서도 할 수 있는 놀이로 확장되었다. 이러한 현상은 기존 민속놀이의 신체활동으로써 특징이 줄어드는 결과로 이어졌지만, 민속놀이 고유의 문화는 보존될 수 있다. 그리고 한국의 민속놀이를 해외 이용자에게 알리기 용이해졌다.

일곱째, 제페토에서의 경험이 자아정체성에 큰 영향을 미칠 수 있다. 청소년들은 제페토를 통해서 새로운 것을 접하거나 알게 되었고, 선물이나 썸을 받았을 때 기뻐했으며, 반모자랑 싸우거나 무례한 사람을 만난 부정적 경험도 있었다. 지금까지의 활동을 통해서 옷을 보는 안목의 변화, 사회성 향상, 스트레스 해소, 자신감 향상 등의 긍정적 변화도 있던 반면에 중독증상 등의 부정적 변화도 있는 것으로 나타났다. 청소년기는 자아정체성을 형성하는데 중요한 시기다. 청소년들은 다른 사람들이 자신을 어떻게 평가하는지 느끼고 그로부터 자신에 대한 자아 감정과 태도를 끌어낼 때(이정주, 2014, 145), 친구들과 친밀감을 도모하고 자기들만의 경험과 가치를 공유하는 과정에서 자아정체성을 형성해 간다(이승형, 2019, 41). 그러나 상대방에게 나의 실제와 다른 모습을 제시하고 유지하려 할 때 자기 위장과 자기기만에 빠질 수 있어서 자아정체성의 혼란이 가중될 수 있다(이정주, 2014, 145). 제페토를 이용하는 청소년들의 연령이 평균적으로 낮기도 하고, 제페토에서 할 수 있는 활동이 상기와 같이 다양하다면, 제페토에서의 형성한 아바타를 본인의 자아상으로 착각하게 될 수 있다.

이는 자아 통합을 이루는데 장애요인으로 작용할 수 있다.

앞서 도출된 시사점을 토대로 제언하면 다음과 같다.

첫째, 소통에 대한 교육이 필요하다. 제페토의 선택적 소통은 연속성을 떨어뜨리게 될 수 있다. 또래관계를 중요하게 생각하는 청소년의 특징상 소통의 지연 및 단절은 심리적 고통을 동반할 수 있다. 특히 제페토에서 반모자와의 소통 지연 및 단절은 제페토를 탈퇴하게끔 하는 결과로 이어지기도 한다. 따라서 청소년들에게 상대방의 상황과 편의에 따라 소통이 지연될 수 있음을 인지시키고, 단절되더라도 상대방을 탓하기보다는 사실을 인정하고 이겨내어 회복할 수 있도록 회복탄력성 교육이 이루어져야 할 것이다.

둘째, 제페토를 교육적 공간으로 활용할 방안을 모색할 필요가 있다. 글로벌 월드를 이용해서 외국어를 연습하거나 다문화체험을 통한 다문화수용성을 함양 방안을 제고 할 수도 있다. 소비 활동을 이용한 경제교육을 할 수 있고, 의상 및 월드 제작을 통한 컴퓨터 그래픽 교육, 뮤직비디오 제작을 통한 영상 제작 교육 등 다양한 교육적 공간으로 활용할 수 있다. 특히 제페토를 통해서 제작하는 의상, 월드, 영상, 웹툰 등은 청소년들이 자유롭게 창작 활동을 할 수 있는 공간으로써 의미가 있다.

셋째, 온라인 놀이를 오프라인 놀이로 확장할 필요가 있다. 오프라인 놀이가 온라인 놀이로 확장되었다는 것은 온라인 놀이가 오프라인 놀이로 확장될 수도 있다는 것이다. 그러나 본문에서 다루어졌던 ‘놀리기 놀이’처럼 부정적인 놀이를 확장하는 것이 아니고, ‘선물 나눔’과 같은 긍정적인 활동을 놀이로 만드는 것이다. 물론 선물을 주는 행위가 온라인의 전유물이 아니고, 오프라인에서도 ‘마니또’와 같은 놀이가 있지만, ‘제페토에서 선물 나눔을 오프라인에서도 해보자’라는 테두리를 씌워서 활용한다면 건전한 놀이로 활용할 수 있을 것이다.

넷째, 자아정체성에 대한 교육이 필요하다. 제페토는 아바타를 처음 생성할 때 본인의 외모를 바탕으로 만들어진다. 이때 아바타에 자아가 투영되기 용이하다. 본인의 아바타가 익숙해질 즈음에 피부, 헤어, 의상, 체형, 심지어 성별 등 외형에 변화를 주기 시작한다. 그리고 변화된 아바타의 외형과 다른 본인의 모습에 정체성 위기를 경험할 수 있다. 반복된 정체성 위장은 상대는 물론이고 결국에는 자기기만이 스스로 심리적 혼란과 병리적 자아의 형성 내지는 부적응을 가져올 수 있으므로 이에 대한 예방 및 치료연구가 필요하다(이순형, 2002, 63). 아바타는 본인과 다른 존재이며, 제페토에서의 자아와 본인의 자아가 다를 수 있음을 알리고 분리하는 교육이 필요하다. 이를 통해서 제페토에서 발생할 수 있는 부정적인 경험들이 청소년들에게 직접적으로 영향을 미치지 않도록 예방할 수 있어야 할 것이다.

다섯째, 메타버스를 낯선 문화공간으로 인식할 필요가 없다. 시사점에서도 밝힌 바와 같이 제페토에서 도출된 활동들은 명칭과 형태가 조금씩 다를 뿐 내용적인 측면에서는 모바일문화와 게임문화에서 할 수 있는 활동들과 유사하다. 그러므로 새로운 제언 보다는 기존의 모바일문화와 게임문화를 다룬 연구의 제언을 참고할 필요가 있다. 단, 앞에서도 다룬 바와 같이 제페토는 아바타의 생김새가 본인과 유사하기 때문에 다른 디지털 플랫폼보다 자아가 투영되기 용이하다는 점을 유의해야 할 것이다.

본 연구는 메타버스 중 제페토에서의 청소년의 문화를 이해하는데 기초자료로써 연구의 의를 갖는다. 향후 진행되었으면 하는 후속연구로는 메타버스에 대한 청소년 및 주변인의 인식, 메타버스를 이용하는 청소년의 자아정체성 형성 및 변화과정, 메타버스의 청소년 보호정책, 메타버스 중독예방 및 치료 등을 기대한다.

■ 참고 문헌

- 권이중, 김천기, 이상오 (2010). 청소년문화론, 도서출판 공동체
- 권창희 (2021). 스마스시티기반의 메타버스를 통한 도시문제해결 방안에 관한 연구, 조선자역과학논문집, 14(1), 21-26
- 권희정 (2009). 음향과 시각을 위한 메타버스 공간 디자인 연구, 한국HCI학회 학술대회, 1095-1100
- 김상균, 신병화 (2021). 메타버스 새로운 기회, 베가박스
- 김상헌, 최희수 (2016). 메타버스를 활용한 역사교육콘텐츠 개발 방안, 한국콘텐츠학회, 5, 161-162
- 김양은 (2014). 새로운 세대의 등장, 게임 제너레이션, 커뮤니케이션북스
- 노자은, 김정민, 조영미 (2019). 청소년문화, 학지사
- 서성은, (2008). 메타버스 개발 동향 및 발전전망 연구, 한국컴퓨터게임학회논문지, 12, 15-23
- 성열준, 강병연, 이채식, 강세현, 김정일, 황주권, 황수주 (2011) 청소년문화론, 양서원
- 양광호 (2006). 웹 2.0과 온라인게임이 만드는 매트릭스 월드 메타버스, 한국전자통신연구원, 12
- 오윤선, 황인숙 (2020). 청소년문화론 제2판, 양서원
- 이순형 (2002) 사이버공간과 실공간에서의 자아 정체성의 불일치, 대한가정학회지, 40(4), 59-71
- 이승형 (2019) 청소년 모바일문화의 현상학적 이해, 동아대학교 대학원 박사학위논문
- 이영주 (2005) 청소년 모바일문화진단 및 활성화 방안연구: 충남지역 청소년을 대상으로, 여가학연구, 2(3), 1-27
- 이임복 (2021) 메타버스 이미 시작된 미래, 천그루숲
- 이정주 (2014) 청소년의 사이버공간에서 자아정체성 형성 경험에 관한 내러티브 탐구, 평택대학교 피어선신학전문대학원 박사학위논문
- 장수한 (2020) 청소년문화론, 공동체
- 전준현 (2021) 메타버스 구성 원리에 대한 연구: 로블록스를 중심으로, 영상문화, 38, 257-279
- 정하성, 유진이 (2006) 신청소년문화론, 21세기사
- 조민식 (2012) 한국 청소년의 온라인 게임문화에 관한 연구, 고려대학교 대학원 박사학위논문
- 진승현 (2021). 메타버스를 이용한 현황분석과 사례를 통한 예술교육 개발 연구, 19(3), 21-40

천정용, 장근영, 이채식, 김윤나 (2014) 청소년문화론, 양서원

최우령 (2021) 메타버스 공간에서 상거래행위에 대한 고찰, 법학논고, 75, 267-290

한혜원 (2008) 메타버스 내 가상세계의 유형 및 발전방향 연구, 한국디지털콘텐츠학회 논문지, 9(2), 317-323

과학기술정보통신부 (2022) 메타버스 신산업 선도전략 비상경제 중앙대책본부 22-53, 관계부처 합동

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=6226821&cid=43667&categoryId=43667>(2022.05.31)

https://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/1012415.html(2022.05.31)

<https://www.hankyung.com/it/article/2020012171711>(2022.05.31)

<https://www.joongang.co.kr/article/24113027#home>(2022.05.31)

<https://www.mk.co.kr/dic/desc.php?keyword=%B8%DE%C5%B8%B9%F6%BD%BA&page=0&so=all&from=&to=>(2022.05.31)

A Case Study on the New Cultural Space for Youth: focusing on the Meta-verse platform Zepeto

Song, Wonil¹¹⁾

Abstract

This study used a collective case study to investigate what cultural activities youth are doing in Meta-verse platform Zepeto. In Zepeto, eight youth were interviewed in semi-structured questionnaires through chat, voice chat, and zepeto message.

As a result, first of all, the youth cultural activities that appeared in Zepeto include exchange activities, play activities, dance activities, peer activities, consumption activities, communication activities, idol activities, webtoon activities, activities to increase followers, and fashion activities. Second, the characteristics that appear in Zepeto can be similar because they use the same devices as the existing youth mobile culture. Third, Zepeto has activities related to messenger culture, social games and video sharing culture, SNS culture, and webtoon culture, just like youth mobile culture. Fourth, Zepeto has a chat, economic activities and ranking system just like the youth game culture. Fifth, it can be used as a space for people to be interested in and interact with other countries through Zepeto. Sixth, folk games that used to be played offline have been expanded to play online. Seventh, experience in Zepeto can have a significant impact on the identity of the ego.

Suggestions based on implications are as follows,

First, education on communication is necessary. Second, it is necessary to find ways to use Zepeto as an educational space. Third, online games needs to be extended to offline play. Fourth, Self-identity education is necessary. Fifth, there is no need to recognize Meta-verse as an unfamiliar cultural space.

Key Words: Youth Cultural Space, Case Study, Meta-verse, Zepeto

2021. 11. 30 투고

2022. 03. 02 제심신청, 2022. 06. 19 심사완료

2022. 06. 24 게재확정

11) Lecturer, Department of Child and Youth Welfare, Pyeongtaek University