

# 메타버스 기반 크리에이터의 다중플랫폼활용전략\*

## - <마인크래프트>를 활용한 커뮤니티중심 스토리텔링 사례를 중심으로

강혜원\*\*

1. 서론
2. 선행연구 검토 및 이론적 배경
3. 연구방법
4. 연구 결과
5. 결론 : 커뮤니티중심 스토리텔링 특성

### 국문초록

본 연구는 가상개체를 활용한 유튜브 콘텐츠에서 나타나는 서사 전략을 디지털 참여 관찰과 텍스트 분석을 결합하여 고찰하였다. 가상개체를 활용한 디지털 스토리텔링 콘텐츠가 지속적으로 만들어지는 환경에서 기술적 참신성이 대중적 영향력을 담보하지 않는다는 문제의식하에 참여문화를 통해 영향력을 확보해온 마인크래프트 기반 크리에이터 콘텐츠에 주목했다.

분석 결과, 크리에이터들은 메타버스 플랫폼과 스트리밍 플랫폼을 다중으로 활용하며 상호작용에 기반을 둔 '커뮤니티 중심 스토리텔링' 전략을 구사하고 있었다. 마인크래프트가 제공하는 가상환경과 아바타를 활용해

\* 이 논문은 '2021년 한국방송학회-GS리테일 특별연구비 지원'에 의해 수행되었음.

\*\* 성균관대학교 글로벌융합학부 컬처엔테크놀로지융합전공 초빙교수

서사의 배경 표현의 다양성을 확보하였으며, 크리에이터의 페르소나를 변주함으로써 이야기의 단조로움을 피하고 예측불가능한 전개를 만들어내고 있었다. 이때 이야기를 이끌어어나가는 크리에이터의 페르소나는 3D 아바타의 외양 및 동작, 게임월드가 부여한 사회적 역할, 인물 간 관계에서 발생하는 사건 등 메타버스 플랫폼 내외부 요소가 결합되면서 복합적으로 형성되고 있었다.

결론적으로 특정한 플랫폼을 단일하게 이용하는 것이 아닌, 메타버스 플랫폼과 스트리밍 플랫폼을 가로지르는 상호작용이 콘텐츠 제작에 핵심적인 요소로 기능하고 있었다. 메타버스 월드와 복수의 스트리머/플레이어 간 상호작용, 시청자와의 상호작용 등 중층적인 상호작용 양상이 관찰됨에 따라 개별플랫폼 활용양상을 넘어선 교차 플랫폼 활용에 대한 학술적 논의의 중요성을 강조하고자 한다.

(주제어: 메타버스, 스트리밍플랫폼, 참여문화, 디지털스토리텔링, 크리에이터)

## 1. 서론

가상환경(Virtual Environment:VE) 및 이를 구성하는 구현하는 기술이 발전하면서, 혁신적인 콘텐츠 제작 시도가 지속적으로 이뤄지고 있다. 이러한 흐름은 로블록스(Roblox), 포트나이트(Fortnite), 메타의 호라이즌 월드(Horizon Worlds) 등의 가상세계(Virtual Reality)에 기반 게임 혹은 메타버스 플랫폼이 주도했다. 점차 음악, 영화, 방송 등 엔터테인먼트 산업 전반에서 가상세계와 현실의 경계를 창의적으로 가로지르는 콘텐츠들이 대중적으로 인기를 얻고 있다.

가상 개체(Virtual Entities)를 활용한 콘텐츠 중 대표적인 것은 가상 인

간(Virtual Human)이다. 릴 미켈라(Lil Miquela), 로지 등의 가상 인플루언서들이 소셜 미디어에서 브랜드 홍보 활동을 하고 있으며, 일본의 하츠네 미쿠와 다국적그룹 K/DA, 국내의 '이세계 아이돌', '플레이브' 등 가상 아이돌그룹이 음원, 공연 상품 등을 히트시켰다. 한편, 영화와 방송 업계에서도 버추얼 프로덕션(Virtual Production, 실시간으로 3D그래픽으로 구현한 가상 환경과 배우의 움직임을 합성하는 촬영 방식)을 도입해 가상 개체를 활용했다는 점을 숨기고 사실성을 강화하는 방식으로 표현의 폭을 넓히고 있다<sup>1)</sup>.

본 연구의 목적은 가상환경 기술이 메타버스 플랫폼 외부에서 이용자 참여형 영상콘텐츠 제작에 창발적으로 활용되는 양상을 학술적으로 이해하는 것이다. 이를 위해 대중화된 메타버스 플랫폼에서 크리에이터와 이용자들이 가상개체를 매개로 소통하며 만들어내는 영상콘텐츠에 주목했다. 구체적으로, 크리에이터 주도의 콘텐츠 제작 방식과 그 결과물의 장르적 특성을 분석함으로써, 기존 레거시 미디어의 영상제작 방식과의 차이점을 고찰하고자 한다.

국내에서는 1인 크리에이터들이 유튜브와 같은 플랫폼을 통해 가상 개체를 활용한 영상서사를 주도했다. 어린이용 콘텐츠를 만드는 양명(2010년~현재)이나 도티(2013년~2018년)의 마인크래프트 콘텐츠가 대표적이다. 코비드19 팬데믹 기간에 메타버스 기술이 주목받으면서 레거시 미디어들도 이 흐름에 동참했다. 가령, 종합편성 채널 TV조선은 고인이 된 가수를 가상인간으로 등장시킨 음악경연프로그램 <아바드림(2022)>을 방영하였으며, MBN도 서바이벌 포맷의 <아바타싱어>를 선보였다. OTT

1) 이도훈, 「버추얼 프로덕션과 강화된 시각효과 : <만달로리안> 시리즈에 대한 사례분석을 중심으로」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제23권 7호, 한국디지털콘텐츠학회, 2022, 1191-1203쪽.

서비스 티빙(Tving)도 코미디언들이 신분을 숨기고 아바타를 내세운 〈가상 세계지만 스타가 되고 싶어〉를 공개했다. 하지만 이들 프로그램들은 기술적 참신함에도 불구하고 대중적인 화제를 얻는데는 실패하였다.

가상개체를 활용한 레거시 미디어 콘텐츠와 크리에이터 콘텐츠는 실사와 컴퓨터그래픽을 합성된 이미지라는 점에서 외견상으로는 분별이 어렵다. 그럼에도 불구하고, 대중적인 인기를 끌고 있는 가상개체 활용 콘텐츠가 대체로 소셜미디어플랫폼을 근거로 만들어지고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 따라서, 본 연구에서는 제작 과정을 디지털 참여관찰을 통해 분석함으로써 유튜브나 트위치, 아프리카 TV, 치지직 등의 플랫폼을 매개로 이루어진 온라인 스트리밍문화를 반영한 디지털 스토리텔링의 특성을 파악하고자 했다.

본 연구는 메타버스 요소를 활용한 콘텐츠의 장르 구분이 본격화되지 않은 상황에서, 전통적인 영상콘텐츠 제작관행과의 차이점과 의의에 대한 학술적 논의를 시도했다. 이를 위해, 텍스트 연구와 생산자 연구를 결합한 멀티방법론을 활용하였다. 크리에이터들이 기술적 인프라를 활용하는 양상과, 콘텐츠가 수용자와 만나는 맥락을 종합적으로 분석해보고자 두 단계로 연구를 설계하였다. 첫 번째는 연구문제를 초점화하기 위해 다수의 크리에이터 채널을 대상으로 한 온라인 참여관찰 과정을 거쳐 가상개체를 활용한 크리에이터 콘텐츠의 유형을 튜토리얼, 메타버스 픽션, ‘렛츠플레이 비디오(Let’s Play Video, 게임 속 활동을 실시간으로 중계한 영상)’로 1차적으로 분류하는 것이었다. 이를 통해 복수의 플랫폼을 동시에 활용하면서 가장 활발한 상호작용이 나타나는 〈마인크래프트〉 ‘다중플레이어 생존모드(Survival Multiplayer Server, 이하 SMP서버)를 활용한 크리에이터 콘텐츠를 분석대상으로 선정하였다. 두 번째로, 최종적으로 선정된 콘텐츠를 대상으로 서사분석을 실시하여, 인물, 배경 등의 계열체적 특성

및 사건의 전개를 일컫는 통합체적 특성, 그리고 담화 표현 등에서 나타나는 특성을 도출하였다. 이 과정에서 시청자와의 실시간 상호작용 속에서 이야기가 만들어지는 콘텐츠 제작 방식을 ‘커뮤니티중심 스토리텔링 전략’이라 명명하고자 하였다.

## 2. 선행연구 검토 및 이론적 배경

### 2-1. 커뮤니티 중심 가상개체 스토리텔링의 특성

가상개체를 활용한 크리에이터 콘텐츠들이 주류 콘텐츠 산업으로 진출하고 있다. 2021년부터 크리에이터 우왁굳이 진행한 버추얼 아이돌 〈이세계 아이돌〉 프로젝트가 대표적이다. 2022년 3월 음원사이트에서 1위를 기록했고, 2023년 6월에는 카카오펜튼을 통해 웹툰콘텐츠로 제작되었다. 뿐만 아니라, 2023년 9월에는 오프라인 콘서트를 개최하는 등 큰 음악, 웹툰, 공연 산업을 아우르는 팬덤을 형성하고 있다. 2023년 3월에 데뷔한 버추얼 아이돌 ‘플레이브(Plave)’ 역시 2024년 지상파 음악방송 1위를 차지하며 팬덤을 확장해나가고 있다. 두 프로젝트의 공통점은 가상인간 캐릭터를 내세운 각각의 멤버가 실시간 방송을 통해 지속적으로 팬덤과 소통한다는 점이다. 가상아이돌 멤버의 페르소나(Persona)에 관한 정보를 일상적으로 공유하는 것이다.

즉, 버추얼 아이돌의 인기는 메타버스 플랫폼 기반 크리에이터 콘텐츠 문화 속에서 성장하고 있다. 대중화된 메타버스 플랫폼(〈마인크래프트〉, 〈로블록스〉, 〈제페토〉 등)들은 가상개체를 제작하는 비용이나 기술적 난

이도가 상대적으로 낮다. 따라서 불특정다수의 이용자가 영상콘텐츠를 기획하고 제작하여 실시간 스트리밍 플랫폼(트위치, 아프리카TV, 치지직 등)을 통해 송출하는 문화가 확산되었다.

가상개체를 활용한 크리에이터 콘텐츠 문화를 선도한 것은 2011년에 출시된 샌드박스 게임 <마인크래프트>이다. 자유도가 높은 오픈월드 게임을 표방하는 <마인크래프트>는 플랫폼이 내러티브를 제공하는 것이 아니라, 이용자가 캐릭터, 몹, 배경, 설정 등을 자유롭게 설정하고, 플랫폼이 제공하는 '생존지형'에서 아이템의 결합이 가져오는 변수들을 활용하면서 자체적으로 퀘스트를 설정하고 이야기를 만들어나가게끔 한다<sup>2)</sup>.

국내에서 2010년대 초중반부터 크게 성장한 <마인크래프트> 크리에이터 콘텐츠는 이용자들에게 게임 내에서의 생존 전략을 알려주는 튜토리얼 영상에서 출발했다. 튜토리얼 콘텐츠는 크리에이터가 직접 게임을 플레이 하면서 전반적인 플레이 방식을 설명하는 교육적 내용과 게임 경험에 유머러스한 해설을 덧붙이는 오락적 기능을 복합적으로 갖고 있으며, <마인크래프트>가 초기 입문자에게 '무엇을 해야 할지 알수 없는 당혹감'을 준다는 면에서 각광받았다.<sup>3)</sup> 시간이 흐름에 따라, 크리에이터들이 제작하는 <마인크래프트> 영상들의 장르 문법이 축적되기 시작하였고, 제작 방식이 고도화되면서 새로운 포맷의 영상들이 지속적으로 등장했다. 초기에는 스트리머가 게임을 플레이하는 모습을 중계하는 '렛츠플레이비디오'의 연장선에서 게임 내에서 일종의 역할극을 하는 것을 보여주는 콘텐츠가 등장했다면, 이후에는 가상의 세계관을 기반으로 음성으로 음성 연기를 펼치

---

2) 전경란·김영철, 「<마인크래프트: 스토리 모드>의 트랜스미디어 스토리텔링 전략」, 『한국게임학회 논문지』 제21권 2호, 한국게임학회, 2021, 55-66쪽.

3) 윤현정, 「MCN 게이밍 콘텐츠의 스토리텔링 연구」, 『한국영상학회논문집』 제14권 2호, 한국영상학회, 2016, 23-37쪽.

는 연기자들이 출연하는 서사적 완결성을 가진 3D애니메이션의 형태로 진화하였다<sup>4)</sup>.

일반적인 게임스트리머들이 게임이 허용하는 스토리 전개에 참여하는 모습을 증계하는 것에서 시작했다면, <마인크래프트> 이용자들은 다양한 설정의 역할극을 수행하는 등 자신만의 서사를 만들어나가는 방식으로 이 게임을 활용해 창작 콘텐츠를 녹화하고 공유한다. 이는 유튜브와 마인크래프트 플랫폼 모두에서 시너지 효과를 일으켰고, 그 결과 전세계 150개국에서 35,000개가 넘는 <마인크래프트> 크리에이터 채널이 운영되며, 지난 2021년 유튜브에서 <마인크래프트>를 활용한 영상콘텐츠의 조회수는 1조 뷰를 기록하였다. 이는 게임 역사상 단일 게임으로 세운 유일한 기록으로 남았다<sup>5)</sup>. 국내에서도 어린이용 콘텐츠를 만드는 잠뜰이나 양띵 등의 유튜버들은 10여 년전부터 마인크래프트를 배경으로한 다양한 상황극을 영상콘텐츠로 재가공하면서 인기를 얻어 온 바 있다.

<마인크래프트> 기반 크리에이터 콘텐츠의 인기는 전세계적이며, 이는 <마인크래프트>가 개인사용자에게 여러 명의 플레이어가 접속할 수 있는 서버를 구축하고 공유할 수 있는 기능을 제공하면서 크리에이터 간 협업이 활발하게 일어나게 되었다. 많은 크리에이터들이 서버 내에 직업과 화폐 단위 등을 설정하고, 이를 다른 크리에이터들이 방문해 플레이하면서 콘텐츠를 만들 수 있는 서버를 직접 만들어 운영하고 있다<sup>6)</sup>. 2020년 전후로 마인크래프트 제공하는 SMP 서버를 활용하여 상호작용을 하는 콘텐츠

4) 앞의 글.

5) 김용찬, <유튜브 조회수 '1조', 시대를 창조한 '마인크래프트'>, 『Gameple』, 2021.12.16., 접속일: 2024.06.01., <https://www.gameple.co.kr/news/articleView.html?idxno=201029>

6) Business Insider, "Dream SMP Members: Who's Who on the Minecraft Server and What They Do," *Business Insider*, July 15, 2024.

들이 국내외에서 선풍적인 인기를 끌고있다.

이처럼 새로운 이용자들의 요구와 미디어 문화가 미디어 텍스트에서의 참여와 상호작용성을 강화하면서 메타버스 요소를 활용하는 크리에이터들이 가상의 캐릭터를 기초로 이용자와 관계를 맺으며 이야기를 만들어가는 과정에 관한 학술적 이해를 넓혀가야할 필요성이 제기된다.

수많은 이용자가 메타버스 플랫폼을 활용하여 웹드라마나 웹예능과 같은 다양한 포맷의 콘텐츠를 만들면서, 크리에이터가 근거를 둔 플랫폼별로 메타버스 요소를 활용한 콘텐츠의 양상이 다양해지고 있다(〈표 1〉참고).

종류	메타버스플랫폼	특성
제페토 드라마	제페토	제페토 아바타를 활용해 스틸샷을 캡처하거나, 실시간 모션을 녹화하여 가공
마인크래프트 콘텐츠	마인크래프트	마인크래프트 맵에서 일어나는 사건을 실시간으로 스트리밍하거나 편집하여 가공
버추얼 스트리밍	VR chat, 이리암 등	숙련도에 따라 3D 아바타 제작, 모션캡처 소프트웨어를 활용하거나, 기성 플랫폼 아바타를 활용하여 스트리밍 혹은 녹화방송

〈표 1〉 메타버스 플랫폼 활용 콘텐츠의 유형 및 특성

‘제페토 드라마’의 특징은 아바타의 표정이나 몸짓을 세밀하게 커스터마이징할 수 있기 때문에 인물의 표정이나 감정상태를 강조하는 스토리텔링을 선보인다는 점이다<sup>7)</sup>. 한편, VR챗 등의 플랫폼을 활용하는 ‘버추얼 스트리머’ 콘텐츠들의 경우, HMD를 활용해 아바타의 신체 움직임을 조작할 수 있는, 이 밖에도 다종의 소프트웨어를 활용해 모션캡처 프로그램을

7) 박소정, 「제페토 드라마에 대한 탐색적 연구: 데이터베이스 소비론을 통하여」, 『디지털 콘텐츠학회논문지』 제25권 1호, 한국디지털콘텐츠학회, 2024, 267-278쪽.



활용해 신체를 움직이거나, 실시간으로 음성을 연출하는 등 보다 고도의 소프트웨어를 활용하는 능력이 요구된다.

메타버스 요소가 크리에이터 콘텐츠에 활용도면서, 창작에 활용하는 플랫폼에 따라 달라지는 서사관습을 분석하는 연구들도 수행되고 있다. 전통적 서사에서 캐릭터의 역할이 세계관을 설정하는 하위 요소로 한정되었다면, 아바타를 매개로 직접 활동할 수 있는 메타버스 환경에서는 세계관을 설정하는데 직접적으로 개입하거나, 세계관을 대체하는 캐릭터 중심의 스토리텔링이 중요해진다는 연구가 대표적이다<sup>8)</sup>.

본 연구에서는 크리에이터들이 메타버스 요소를 활용하면서 개발해온 제작 양식과 장르적 특성을 규명하기 위해서 상대적으로 선행연구 및 많은 수의 콘텐츠가 축적되어있는 <마인크래프트> 콘텐츠에 주목하였다. 제페토나 VR챗 등의 메타버스 플랫폼에 비하여 크리에이터들의 제작관행이 표준화되고 있을 것이라고 추정하였다. 나아가, 크리에이터들의 제작 행태를 종합적으로 이해하기 위하여 플랫폼 간 상호작용에 대해서도 고려하고자 하였다. 선행연구들은 대체로 단일 플랫폼에서의 이용자 활동에 초점을 맞추고 있지만 오늘날 디지털 콘텐츠를 제작하는 크리에이터들은 복수의 플랫폼을 다중으로 활용하며 창발적인 결과물을 내고 있기 때문이다.

## 2-2. 메타버스플랫폼과 참여문화의 공진화(共進化)

메타버스 논의의 시초로 언급되는 SF소설 <스노우 크래쉬>의 저자 닐 스티븐슨이 상상한 메타버스는 몰입형 3D로 구현된 가상 세계의 형태였다. 반면, 오늘날의 메타버스는 물리적 세계의 사물, 행위자, 인터페이스가

8) 서현경, 「캐릭터 중심 스토리텔링에서의 캐릭터 역할 확장과 세계관 대체」, 『한국컴퓨터정보학회논문지』 제26권 11호, 한국컴퓨터정보학회, 2021, 67-74쪽.

가상 환경과 상호작용하는 방향으로 발전하고 있다. 이러한 현실과 가상의 융합 경향은 2007년의 초기 메타버스 정의에서도 나타났는데, 여기에는 일상을 디지털 데이터로 변환하여 기록하는 라이프로그(Lifelogging)이나 가상 공간에 실재를 복제하여 구현하는 거울세계(Mirror Worlds) 혹은 디지털 트윈(Digital twin) 등 현실과 가상 요소가 중첩되는 현상이 포함되어 있었다. 이는 메타버스 개념이 초기부터 단순한 가상 세계를 넘어 현실과 가상의 상호작용을 포괄하는 방향으로 진화해왔음을 보여준다.<sup>9)</sup>

코로나19 팬데믹 시기 대면 만남이 제한되면서, 메타버스는 현실의 공간적 제약을 극복할 수 있는 대안으로 주목받았다. 당시 논의는 주로 사용자가 아바타(Avatar)로 참여하여 게임, 의사소통, 상거래 등을 하는 독립적인 가상세계에 집중되었다. 그러나 실제 메타버스 기술의 범주는 훨씬 광범위하다. 메타버스는 단순히 현실과 분리된 사이버 공간에 국한되지 않는다. 오히려 ‘물리적으로 영구화된 가상공간’과 ‘가상적으로 확장된 현실’이 융합되는 현상을 포괄한다. 이는 메타버스가 현실을 초월적으로 경험하게 하는 새로운 차원의 환경을 제공함을 의미한다.<sup>10)</sup>

메타버스 개념을 활용한 서비스나 플랫폼은 시장의 요구에 맞추어 분화되고 있다. 이에 이준석·노해선·김재현 (2024)의 연구는 산업에 종사하는 전문가 인터뷰를 반영하여 현존하는 메타버스 서비스를 플레이어를 대신 하는 주체(아바타 -사람)와 주체가 활동하는 배경(가상세계 -리얼세계)을 기준으로 4개의 면을 기준으로 <표 2>와 같이 분류했다<sup>11)</sup>. 서비스의 초점

9) ASF, *Metaverse Roadmap: Pathways to the 3D Web*, 2007. <https://metaverserodmap.org>

10) 한혜원, 「메타버스 내 가상세계의 유형 및 발전방향 연구」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제9권 2호, 한국디지털콘텐츠학회, 2008, 317-323쪽.

11) 이준석·노해선·김재현, 「메타버스 콘텐츠 유형 분류와 특징」, 『한국정보통신학회논문지』 제27권 1호, 한국정보통신학회, 2024, 1-10쪽.

이 아바타-가상세계 중심인 마인크래프트 등은 “놀이 중심 메타버스”로, 현실세계의 이용자(사람) -가상세계 중심의 서비스는 “SNS 중심 메타버스”, 아바타 - 현실세계 중심인 경우 “경제사회 중심 메타버스”로, 사람 - 현실세계 중심인 경우를 “헬스케어 중심 메타버스”로 본 것이다. 이처럼 메타버스 서비스를 유형화하려는 시도가 지속되는 가운데, 실제 서비스들은 시장에서의 경쟁력 확보를 위해 플랫폼에 새로운 기능들을 추가하며 유동적으로 발전하고 있으며, 사용자들 역시 자신들의 목적에 따라 창의적으로 플랫폼을 활용하는 새로운 양식을 지속적으로 만들어나가고 있다.

ASF (2007)	가상세계	마인크래프트, 로블록스	아바타를 통해 활동 하는 세계
	거울세계	구글어스,	실제 세계의 정보를 반영해 그대로 구현
	증강현실	포켓몬고	현실 공간과 2D/ 3D가상 물체를 융합함
	라이프로깅	페이스북, 인스타그램	텍스트나 이미지 활용, 일상을 기록
이준석· 노해선· 김재현 (2024)	놀이중심	포트나이트, 마인크래프트, 로블록스	퀘스트>소비>보상 시나리오 제작/소비
	SNS중심	인스타그램, 유튜브, 제페토	사람과 사람이 텍스트와 동영상을 교환
	경제사회 중심	디센트럴랜드, 구글어스2,슈퍼워킹NFT	가상의 디지털 환경에서 실물경제교류
	헬스케어중심	야핏 사이클, 나이키 플러스	사용자 신체 데이터를 하드웨어와 연동

〈표 2〉 메타버스 기반 서비스의 유형 분류

문지, 제28권 5호, 한국정보통신학회, 2024, 584-590쪽.

이용자들의 행태를 추동하는 강력한 동인 중 하나는 플랫폼을 활용하여 경제적 이윤을 남기는 것이다. 즉, 플랫폼에서 자신의 창작물을 거래하면서 수익을 올리는 ‘크리에이터 이코노미(Creator Economy)<sup>12)</sup>를 촉진하는 것은 생존을 위해 많은 이용자를 확보해야하는 플랫폼들에게도 중요한 목표로 자리 잡았다. 유튜브는 이용자가 자발적으로 업로드한 콘텐츠를 기반으로 플랫폼을 성공시킨 대표적 사례다. 콘텐츠를 불특정 다수에게 공개하려는 크리에이터와 무료로 영상 콘텐츠를 시청하고자 하는 이용자의 이해관계를 동시에 충족시켜야하는 양면 시장(two-sided market)을 활성화 시킨 것이다. 유튜브는 크리에이터에게 광고 수익을 분배하는 것에서 출발하여, 점차 소비자가 직접 콘텐츠 이용대가를 지불하는 D2C(Direct 2 Creator) 방식의 다양한 수익 분배 방식을 갖췄다.〈마인 크래프트〉, 〈로블록스〉 등의 메타버스 플랫폼들도 크리에이터 기반 콘텐츠를 유통하는 창구로서의 기능에 초점을 두고 있다. 활용되는 기술은 상이하나 온라인·모바일 콘텐츠 제작자/크리에이터가 콘텐츠 수익을 증대하기 위해 자신의 콘텐츠를 자발적으로 홍보하도록 하는 것이다.

2021년 기준 4 천만개의 게임이 등록된 〈로블록스〉가 ‘게임판 유튜브’로 불리는 이유도 크리에이터가 만든 게임을 사용자들이 현금화가 가능한 게임 화폐(로벅스)로 결제 한 뒤 이용하는 플랫폼 구조 때문이다. 〈마인 크래프트〉도 이용자들이 만든 맵이나 아이템을 판매하는 기능을 기초로 한다는 점에서 3D 그래픽스 기반 크리에이터 플랫폼적 요소를 보여준다 [13]. 국내에서 개발된 제페토 역시 아바타가 활동할 수 있는 맵(제페토 월

12) 크리에이터 이코노미의 기원은 90년대 말로 거슬러 올라간다. 당시 애니메이터나 일러스트레이터들이 개인 홈페이지에 창작물을 게시하고 수익을 창출하기 시작하면서 이 경제 모델의 초기 형태가 나타났다. 한국콘텐츠진흥원, 『미국 22-03호 인터넷 시대 제3의 물결, 크리에이터 이코노미』, 한국콘텐츠진흥원, 2022.

13) 앞의 글.

드)을 제작하고, 아바타에 장착할 수 있는 패션아이템 등을 디자인하여 판매하는 수익모델을 중심으로 운영된다.

크리에이터 이코노미와 접목된 메타버스 서비스들은 온라인 참여문화 (Participatory culture)에도 새지평을 열고 있다. 참여문화는 2005년 전후 ‘플랫폼으로서 웹’이라는 개념을 중심으로 ‘개방’, ‘공유’, ‘협력’, ‘참여’라는 네트워크 기반 키워드를 통해 웹 2.0 시대가 정의 되면서 본격화되었다. 텔레비전이나 신문 등 전통미디어의 시대와 비교하여 콘텐츠 생산자와 이용자의 관계에서 상호작용할 수 있는 기술적 수단들이 다양화된 것이다. 이 시기 유튜브(YouTube), 참여형 백과사전 위키피디아(Wikipedia), 마이 스페이스(Myspace) 등의 마이크로 블로그가 등장하면서 다수의 대중이 생산하는 정보에 기반한 개인 미디어기반 플랫폼들이 이전과는 다른 방식으로 개인 간의 소통을 매개하기 시작했다. 2010년 전후로 소셜미디어 대중화를 가져왔던 플랫폼들은 텍스트나 네트워크(트위터, 페이스북), 이미지(인스타그램), 동영상(유튜브)을 소통의 수단으로 제공했다면, 통신속도와 데이터 전송량이 기하급수적으로 증대되면서 등장한 메타버스 서비스들은 실시간으로 다중의 이용자가 가상환경 안에서 상호작용할 수 있는 환경을 제공한다.

저렴하고 사용하기 쉬운 방식으로 디지털 미디어의 가용성이 증대되면서 일반 참여자들이 디지털 환경 속에서 개입할 수 있는 문화상품의 모달리티가 다양화되고 있다. 영상 기반 플랫폼에서 불특정 다수가 자신의 이야기를 영상으로 만들어 전달하는 것, 게임 속 이용자들이 아바타를 매개로 다른 이용자와 상호작용하면서 이야기의 일부가 되는 것이 가능해진 것이다. 즉, 오늘날 온라인 이용자들은 콘텐츠 생산자와 소비자가 동일한 다중 모달 언어로 ‘대화’를 할 수 있는 시대를 맞이하였다(van Dijck, 2009).

이를 종합할 때, 메타버스 플랫폼은 이용자의 참여를 증진할 수 있는 방

향으로 나아가고 있으며, 가상개체 활용 크리에이터 콘텐츠는 미디어 확산성이 중요해지는 미디어 환경의 변화의 산물이다. 전통적 시청자의 개념이 선형적으로 전개되는 이야기를 감상하는 존재를 상정한다면, 참여적인 미디어의 영향으로 콘텐츠 이용자의 성격 자체가 스스로 플레이어가 되어 이야기와 상호작용하면서 스토리 전개에 영향을 미치는 존재로 새로운 정체성을 추구한다<sup>14)</sup>.

이 같은 맥락에서 본 연구에서는 스트리밍 플랫폼을 활용하는 가상개체 활용 콘텐츠에서 나타나는 창발적인 이용전략에 초점을 맞춘다. 메타버스 산업이 발전하면서 영상콘텐츠 분야에서서도 가상 인간(Virtual human) 혹은 가상세계(Virtual world)를 생성하고 작동하는 기술을 활용해 현실의 시공간적 제약을 극복하려는 시도가 꾸준히 이루어지고 있다는 상황에서, 자생적으로 형성되어온 크리에이터들이 기존의 콘텐츠 생산 관행 속에 새롭게 등장한 플랫폼이 제공하는 기술적 가능성을 접목시키고 있는 양상을 분석하고자 한 것이다. 이를 위해 다중의 플랫폼을 활용하는 양상을 포괄하는 마인크래프트 콘텐츠 크리에이터의 커뮤니티 중심 서사전략을 규명해보고자 한다.

### 3. 연구방법

본 연구는 탐색적 연구로서 초기에 선행연구들을 바탕으로 열린 질문의 형태로 아래와 같은 연구문제를 설정하였으며, 참여관찰을 수행하면서 구

---

14) 강신규, 「게임화하는 방송 : 생산자적 텍스트에서 플레이어적 텍스트로」, 『한국언론학보』 제63권 3호, 한국언론학회, 2019, 145-195쪽.

체적인 분석대상 및 분석틀을 설정하였다.

연구문제1. 가상개체를 활용한 영상콘텐츠의 유형 및 이야기 구조의 특성은 무엇인가?

연구문제2. 가상개체를 활용하는 크리에이터들은 플랫폼 환경을 어떻게 이용하는가?

본 연구에서는 선행연구가 풍부하지 않은 크리에이터들의 제작관행을 연구하기 위해 우선적으로 연구문제 및 분석대상을 초점화하는 과정을 거쳤다. 연구자는 2020년 2월부터 마인크래프트 콘텐츠를 제작하는 유튜브 콘텐츠를 시청하기 시작하였으며, 유튜브 알고리즘이 유사한 채널들을 추천하는 과정에서 양명, 침착맨 등의 게임 스트리머 채널들을 접하며 관찰의 대상을 확장했다. 이 과정에서 Q&A 방송 등을 통하여 기획의도나 제작 과정에서의 어려움, 제작 과정에서 활용하는 소프트웨어나 소요시간 등 생산 활동에 대한 정보를 수집했다.

가상 개체를 활용한 콘텐츠들은 3D 그래픽으로 구현된 아바타가 배경 안에서 활동하는 모습을 담고있기 때문에, 표면적으로는 일반적인 애니메이션들과 구분이 어렵다. 따라서 복수의 크리에이터들의 채널을 구독하면서 메타버스 환경을 배경으로 한 핵심 콘텐츠 외에도 크리에이터들이 신변잡기를 공유하는 토크중심 방송, 콘텐츠 제작 비하인드 에피소드를 설명하고 시청자들의 질문에 답하는 방송 등을 시청하면서 영상콘텐츠의 유형과 기본적인 제작 방식에 대한 정보를 수집하였다. 이 과정은 디지털 참여관찰(Digital Ethnography) 방법을 취했다. 민속지학적 연구방법(ethnography)은 기존의 이론으로 설명하지 못하는 새로운 현상을 이해할 수 있는 해석체계를 생성시키며, 사회 현상에 대해 새로운 사실이나 의

미를 발견해내는 데 유용하기 때문이다<sup>15),16)</sup>.

기간	분석대상	비고
2020.02 ~2022.04	유튜브 A채널 콘텐츠 17)	실시간 방송, 채팅창 등 관찰을 통한 연구문제 초점화
2022.04 ~2024.03	알고리즘 추천에 따른 메 타버스 기반 크리에이터 콘텐츠	‘마인크래프트’, ‘제페토’, ‘VRchat’ 활용 영상의 영상 업로드 유형(실시 간/편집본), 장르, 시청자 참여 방식 등분석
2024.04 ~2024.07	〈침착맨 플러스〉 마인크 래프트 콘텐츠	텍스트분석 대상 선정 및 서사분석

〈표 3〉 연구기간 및 분석 절차

디지털 참여관찰 방법론은 가시적인 영역과 비가시적인 영역이 결합한 연구대상을 연구하고, 시각 이미지, 음향, 음악, 동영상 등 다양한 양식의 기호까지 분석하기 위한 멀티모드성(multimodality) 접근방법을 강조하기 때문에 디지털 공간의 역동을 충분히 이해하는데 적합하게 여겨진다<sup>18)</sup>. 이 같은 맥락에서 제작진과 출연자, 이용자의 역할이 뚜렷하게 구분되어 있지 않은채로 댓글과 좋아요, 후원금 보내기 등의 다양한 상호작용 속에서 콘텐츠가 생성되고 소비되는 맥락을 이해하기에 적절하다고 본 것이다.

15) 김영천, 『질적연구방법론』 제2판, 아카데미프레스, 2011.

16) Hammersley, M. & Atkinson, P., *Ethnography: Principles in practice (2nd ed.)*, Routledge, 1995.

17) 크리에이터 A는 구독자 1만명 내외의 채널로 마인크래프트 역할극에 기초한 콘텐츠를 집단생산하면서 구독자 규모를 늘려갔으나, 공동창작집단 내의 불화로 인하여 현재는 활동을 중단하였다. 이에 데이터 수집 목록에 포함하지 않았으며, 익명으로 처리하였다.

18) 김예란, 「리액션 비디오의 주목경제」, 『방송문화연구』 제24권 2호, KBS 공영미디어연구소, 2012, 161-192쪽.



구분	이야기의 특성	캐릭터 활용
튜토리얼	게임 플레이에 대한 정보 제공을 목적으로 설명적인 내용을 제시	크리에이터 본인의 페르소나를 바탕으로 함
메타버스 픽션	일상물, 미스터리 등 전통적인 장르물의 규칙을 따르는 전개	가공의 캐릭터를 연기
렛츠 플레이	맵에서 부여받은 캐릭터(직업), 다른 크리에이터와의 상호작용, 시청자의 요구에 따라 즉흥적으로 전개	크리에이터 페르소나와 일치하나, 맵 안에서 직업 등

〈표 4〉 가상세계 활용 크리에이터 콘텐츠의 유형

이 과정에서 〈마인크래프트〉를 활용한 크리에이터 콘텐츠를 〈표 4〉와 같이 세 가지 유형으로 분류했다. 첫 번째로, 튜토리얼 유형의 콘텐츠는 크리에이터 본인의 페르소나를 바탕으로 하여 캐릭터를 부여받는다. 주요 목적은 게임 플레이에 대한 정보를 제공하는 것으로, 설명적인 내용을 중심으로 구성된다. 두 번째로, 메타버스픽션 유형의 콘텐츠에서 크리에이터는 가공의 캐릭터를 연기한다. 일상물이나 미스터리 등 전통적인 장르물의 규칙을 따르는 전개 방식을 특징으로 한다. 시청자들에게 익숙한 장르적 요소를 활용하여 몰입감을 제공한다. 세 번째로, 렛츠플레이 유형의 콘텐츠는 사전에 약속된 각본이 없이 이야기가 즉흥적으로 전개된다. 본 연구에서는 세 가지 유형중 커뮤니티중심 창작의 특성을 가장 잘 들어내는 렛츠플레이 장르의 콘텐츠를 분석대상으로 선정하였다. 그 중에서도 다중플랫폼활용이 두드러지는 크리에이터 침착맨 채널의 마인크래프트 콘텐츠 중 '마카오톡 서버' 관련 영상을 대상으로 했다.

최종적으로 2024년 8월 현재 유튜브에서 3개 채널을 운영하며 총 구독자 372만명을 보유한 침착맨의 게임콘텐츠 전용 채널인 침착맨 플러스에서 제공하는 마인크래프트 콘텐츠를 대상으로 텍스트분석(Text

Analysis) 을 실시하여 가상개체를 활용하는 양상 및 이야기와 담화 표현의 특성을 분석했다. 수집한 영상은 동일한 마카오톡 서버 플레이 영상의 실시간 스트리밍 영상9개와 이를 바탕으로 전문편집자가 편집하여 업로드한 편집본 영상 7개 이다.

실시간 스트리밍 영상은 크리에이터가 서버에 접속해서 플레이하는 영상을 편집없이 생중계한 것이며, 편집본은 편집자가 이를 축약하고, 자막과 음악, CG 등을 추가하여 가공한 것이다. 오픈소스 웹사이트 유튜브 데이터 툴(YouTube Data Tools, YTDТ)을 통해 콘텐츠 및 영상의 기본 데이터를 추출하였다. 크리에이터 침착맨은 총 9일 동안 31.9시간에 걸쳐 마인크래프트 게임을 플레이 하였고, 이 과정은 그대로 트위치와 유튜브를 통해 중계되었다. 수집한 영상은 이를 사후에 편집을 거치지 않고 유튜브에 업로드 한 영상이다. 실제로 게임 플레이가 있었던 것은 2023년 12월 20일부터 2024년 1월 14일까지였으며, 순차적으로 실시간 스트리밍 영상과 편집본이 업로드되었다.

영상콘텐츠의 서사적 특성을 파악하는 데는 채트먼(Chatman, 1978)의 텍스트분석틀을 활용했다<sup>19)</sup>. 채트먼은 서사의 구성요소를 ‘누구에게 무엇이 일어났는가’를 나타내는 이야기(story)와 ‘이야기가 어떻게 전달되었는가’라는 서술방식인 담화(discourse)의 두 층위로 분류하였다<sup>20)</sup>. 참여관찰 과정에서 확인한 영상의 특성을 반영하여 <표 5>와 같은 분석 항목

19) Chatman, S., *Story and Discourse: Narrative structure in fiction and film*, Cornell University Press, 1978.

20) ‘이야기(story)’는 인물, 사건, 배경을 포함하며, ‘담화(discourse)’는 이야기 안의 인물, 사건, 배경이 구현되는 방식과 관련된 이야기 서술방식으로, ‘언술 표현방식’과 ‘영상 표현방식’으로 구분된다. 영상콘텐츠의 언술 표현방식은 서술자 유형, 서술자 모드, 시점 등을 포함하고, 영상 표현방식은 미장센, 카메라 기법, 조명, 음악, 편집 등을 포함한다. 김훈순, 「텔레비전 서사연구의 메타분석」, 『방송통신연구』 제59호, 한국방송학회, 2004, 167-197쪽.

을 설정했다. 등장인물은 버추얼 캐릭터/아바타와 실제 스트리머의 페르소나가 결합하는 양상을 중심으로 분석했고, 사건은 <마인크래프트>에서 건축, 생존, 사냥, 혹은 인물 간의 갈등 등 어떤 요소들이 사건을 유발하는지를 분석했다. 배경은 가상개체를 제공하는 플랫폼 환경을 중심으로 보았다. 담화분석으로는 등장하는 서술자들의 특성과 스트리밍, 편집, 자막, 채팅 등 서술 모드의 유형을 살펴보았다. 마지막으로 표현 방식은 멀티미디어와 복수의 플랫폼을 활용하는 양상을 분석했다.

	분석요소	설명
이야기	등장인물	가상 캐릭터와 실제 인물의 결합 양상.
	사건	사건의 유발하는 요소들
	배경	메타버스 플랫폼을 배경으로 사용하는 양상
담화	서술자	서술자의 시점 분석
	서술 방식	실시간 스트리밍, 편집된 비디오, 채팅 인터랙션 등. 서술의 모드 유형
	표현 방식	미장센, 카메라 기법, 조명, 음향 등 영상적 요소와 텍스트, 이미지, 애니메이션 등의 멀티모드적 표현.

〈표 5〉 서사 분석틀

## 4. 연구 결과

### 4-1. 이야기의 특성

#### 4-1-1. 인물 : 아바타 및 캐릭터 설정

선행연구들은 사이버 공간의 아바타가 다층적 역할로 구성되어있음을 지적한 바 있다. 사이버 환경의 아바타가 수행하는 역할은 타자의 현존을

통한 관계성 안에서 표현된 것이라고 볼 수 있다. 따라서, 다른 캐릭터와의 상호작용 속에서 결혼, 여행, 휴식, 다이어트 등 신체적 역할 수행, 사회적 역할 수행, 선함, 로맨스 등 심리적 역할 수행, 가족, 학교, 커플 등 사회적 맥락 안에서 아바타를 표현함으로써 정체성이 구성된다는 것이다<sup>21)</sup>[22].

분석대상 콘텐츠에 나타나는 인물의 특성을 살펴본 결과, 크리에이터 들은 시청자, 다른 크리에이터 등 다른 행위자와의 상호작용 속에서 4가지 층위로 자신의 정체성을 구성해나가고 있었다. <표 6>에서 보여지듯이 게임 속 공간에서 물리적으로 신체 역할을 하는 아바타, 그리고 게임 속에서 서버를 제작한 크리에이터가 설계한 건축, 농사, 가구 판매 등 게임 속 사회 안에서 부여받은 역할, 이 밖에 예능프로그램에서 웃음을 유발하는 요소에 해당하는 성격적인 특성을 말하는 캐릭터, 마지막으로 게임 콘텐츠 바깥에서 상호텍스트적으로 지속적으로 형성되어온 크리에이터 페르소나로 구분할 수 있다. 마인크래프트 렛츠플레이 영상에서 크리에이터의 페르소나는 복합적으로 구성되고 서사를 이끌어가는데 중추적인 역할을 하고 있었다.

구분	설명	구성방법
아바타	게임 내에서 물리적, 신체적 수행	메타버스 플랫폼이 제공하는 3D 디자인 템플릿을 조합하여 제작함
역할	게임 내에서 배정받은 직업이나 국면별로 담당하는 사회적 기능	서버를 제작한 크리에이터가 설정한 경제적/물리적 법칙 안에서 수행
캐릭터	성격적인 요소	민첩함, 솔직함, 순진함 등 성격 특성
크리에이터 페르소나	시청자와 공유하는 특성	기존의 콘텐츠에서 구축된 정체성

<표 6> 크리에이터 페르소나의 구성요소

21) 박성희, 「사이버 공간의 대리자 아바타의 역할 유형분석」, 『한국언론학보』 제48권 5호, 한국언론학회, 2004, 375-405쪽.

#### 4-1-2.배경 : 현실의 모방 혹은 적극적 왜곡

현실의 물리적인 법칙을 본뜬 마인크래프트 월드에서 이용자들은 광물, 목재 등을 채취하고 합성하여 다양한 건축 재료를 획득할 수 있으며, 동물과 식물을 사냥해서 요리를 만들 수 있다. 스트리머 콘텐츠에서는 이 같은 환경과 상호작용을 통해 다양한 사건을 만들어나가면서 이야기를 전개하고 있었다. 스트리머들은 건축적 요소를 활용하여 아바타가 사건을 맞닥뜨릴 수 있는 물리적 환경을 구성한다. 메타버스 플랫폼 안에서 컴퓨터그래픽(Computer Graphic, CG) 기술을 활용해 2D 혹은 3D로 구현된 공간을 이야기가 진행되는 공간으로 활용하는 것이다. 이야기 속 공간은 현실을 복제하기도 하고, 적극적으로 왜곡하는 것을 통해 즐거움을 생산해낸다. 집이나 가구판매점, 농장과 같이 일상적인 공간부터 마을 한가운데에 우뚝 솟은 흙탑이나 건물 안에 위치한 대형수족관처럼 현실의 물리법칙을 선택적으로 적용한 메타버스 공간은 다양한 볼거리와 이야기거리를 제공한다(〈표 7〉참조).

번호	내용	출연자 <sup>22)</sup>	배경 및 공간
1	서버 입성 및 규칙숙지	짬마톡, 매직박, 연호, 사과몽, 박정민	서버 로비, 감옥, 배도라지 마을, 서점, 치과, 농장, 번지점프대, 수족관
2	메이드카페	단군, 추짱, 소복이, 해나땅, 매직박, 승우아빠, 구본좌, 유피, 박정민	배도라지 마을, 메이드 카페, 일본식 정원,

22) 생방송과 편집본에서는 방송에 참여한 스트리머들을 닉네임과 아이디를 표기한다. 이는 방송에 출연한 것에 대해 간접적인 홍보 효과를 통해 대가를 주는 것이라고 해석할

3	탑 건설	매직박, 단군, 찻눈에뽕, 성하늘, 사과몽, 네루짱, 포도네, 새싹, 찬이, 박정민	배도라지 마을, 훗타워,
4	건축비 마련, 옷놀이	성하늘, 포도네, 찻눈에뽕, 새싹, 찬이, 매직박, 승우아빠, 네루짱, 보라지효	침착맨 스튜디오, 구글검색, 건설부지, 농장, 옷놀이장
5	가구쇼핑, 농사짓기	사과몽, 린링 새싹	나무집, 가구판매점, 구글검색, 농장
6	워든 사냥	성하늘, 찬이, 사과몽 쌍베, 시네,	워든 신전,
7	하이라이트	단군, 서피카, 매직박, 꿈꾸는움미, 타요, 아이짱, 김성태, 보라지효, 성하늘, 사과몽, 찬이, 린링, 새싹, 포키짱, 박정민	워든 신전, 옷놀이장, 간척지, 나무집, 가구판매점, 타로카페,

〈표 7〉 에피소드별 배경과 주요 등장인물

첫 번째 에피소드는 현실에 존재하는 침착맨 스튜디오에서 시청자들에게 <마인크래프트> 마카오톡 서버에 접속하게 된 경위를 설명하는 장면으로 시작한다. 서버 로비에서 이 곳에 접속하는 크리에이터들에게 주어진 규칙을 설명받고, 감옥, 배도라지 마을을 탐방하면서 공간을 살펴본다. 서버를 설계한 크리에이터 껌마톡이 공간을 설계하면서 각자가 주로 스트리밍을 하는 플랫폼에 따라 유튜브, 아프리카TV, 트위치 크리에이터별로 머물 수 있는 지역을 분류하였고, 침착맨이 속해있는 ‘배도라지’ 크루는 일정한 공간을 배정받아 마을을 건설하고, 멤버들이 각각 스트리밍 방송을 하

수 있다.

며 서로의 방송에 우발적으로 출연하고 있었다.

배도라지 마을에는 크루 멤버인 배우 박정민이 실제 운영했던 서점, 치과의사인 크리에이터 매직박의 치과 등 현실 공간을 모방한 건축물들이 있으며, 현실과의 비교와 대조를 통해 이야기를 만들어낸다. 초현실적인 공간의 경우, 현실을 왜곡하면서 만들어지는 즐거움을 생산한다. 마을 중앙에 위치한 번지점프 공간에는 현실의 번지점프와 달리 안전장치가 없지만, 게임에서는 캐릭터가 죽고 나서 다시 플레이할 수 있다는 점을 활용해서 초현실적인 즐거움을 생산한다. 실내 대형 수족관이나 농장은 현실의 물리적 법칙을 왜곡함으로써 흥미를 자아낸다. 가구판매점이나 타로카페의 경우에도, 판매하는 상품의 종류가 게임 안에서만 가능한 요소를 포함하고 있다는 점이 적극적으로 언급되면서 재미를 유발한다. 각각의 공간은 일정한 역할을 부여받은 크리에이터들이 공간을 구성하고 롤플레이어를 함으로써 운영된다. 가장 판타지적인 공간은 워든신전이다. 마인크래프트에 존재하는 가상의 생명체인 워든을 사냥하고 경험치를 얻는 장소로 여러명의 플레이어가 팀을 짜서 워든의 사냥법을 전수받으면서 함께 사냥 여행을 즐긴다.

#### 4-2. 담화 표현의 특성 :서술자 및 상호작용

1인 크리에이터들은 콘텐츠를 제작할 때 참여자와의 소통을 중요한 요소로 활용해왔다. 채널 구독자들을 지속적으로 확보함으로써 팬덤을 형성하는 것이 콘텐츠를 지속적으로 만들어 나갈 수 있는 중요한 수익원이 되기 때문이다. 참여자들과의 상호작용을 주어진 환경으로 받아들이고 커뮤니티의 요구를 반영할 수 있는 독자적인 제작관행을 발전시켜왔다. 레

거시 미디어에서 생방송이 녹화방송보다 더욱 철저하게 계획된 순서와 틀에 따른다면, 인터넷 개인방송에서는 ‘랜덤방송/수다 방송’ 등 사전에 제작된 영상에 비해 형식이 열려 있고, 이용자와의 채팅창에서 대화에 집중하고 반응하면서 흐름을 이끌어가는 생방송 양식이 활용되어 왔다. 콘텐츠의 주제나 흐름을 사전에 정하지 않고 유동적으로 스토리를 만들어어나가는 것이 하나의 제작 관행으로 자리잡은 것이다<sup>23)</sup>.

전통적인 대중문화콘텐츠에서 수용자들이 확정적으로 진행되는 서사를 따라가며 공포, 감동 등 감정을 수동적으로 경험하는 것이라면, 인터넷 게임 방송의 수용자는 나아가 채팅과 후원이라는 도구를 활용하여 방송인의 게임플레이에 기반한 이야기의 흐름에 직접적으로 영향을 준다<sup>24)</sup>. 분석대상이 된 콘텐츠들도 선형적인 시청경험 환경에 비해 복합적인 층위의 상호작용 양상을 보여주었다(〈그림 1〉참고).

첫번째는 마인크래프트월드와의 상호작용이다. 서버 설계자는 마인크래프트가 제공하는 오픈월드 환경에 규칙과 세계관을 부여한다. 서버이용자/스트리머는 플레이어로서 설정된 환경 속에서 이야기를 만들어낸다. 두 번째는 크리에이터 간 상호작용이다. SMP서버에 접속한 크리에이터 캐릭터 간의 부딪침에서 이야기가 생성된다. 각 캐릭터는 스트리머 페르소나에 기초하되 역할(role)을 수행하면서도 대화와 협력, 갈등 등의 국면을 만들어간다. 마지막은 크리에이터와 시청자의 상호작용이다. 스트리밍 시청자들은 댓글, ‘시청자 후원(이하 도네이션)<sup>25)</sup>’, 미션 부여 등을 통해 동

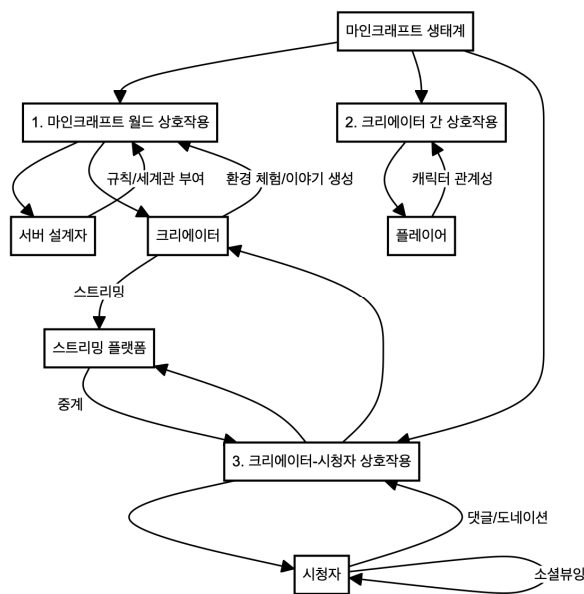
23) 김해원·강혜원·백지연, 「크리에이터에게 이용자와 ‘상호작용’한다는 것은 무슨 의미인가?», 『방송과 커뮤니케이션』 제19권 2호, 한국방송학회, 2018, 49-90쪽.

24) 김정현, 「인터넷 게임 방송의 민속적 함의 - 놀이판의 공동성과 참여를 중심으로 -」, 『공동체문화와 민속 연구』 제5권, 안동대학교 민속학연구소, 2023, 107-130쪽.

25) 동시 접속자가 수만 명 대에 이르는 생방송에서 시청자들이 다는 댓글은 읽기 힘든 정도의 빠른 속도로 지나가기 때문에, 시청자들은 자신의 댓글이 눈에 띄게 하기 위해서



시적으로 상황을 생산하는데 참여한다. 스트리머가 다른 상호작용을 하는 동안에도 다른 시청자들과 댓글창에서 대화를 나누며 소셜뷰잉 경험을 함께한다.



〈그림 1〉 가상개체활용콘텐츠에서 상호작용 층위

크리에이터들은 콘텐츠 제작을 위해 복수의 플랫폼을 다중으로 이용했다. 이야기가 발생하는 메타버스플랫폼, 실시간으로 이를 중계하는 트위터나 아프리카TV 등 스트리밍 플랫폼, 포스트 프로덕션을 거쳐 정제된 영상콘텐츠를 업로드하는 유튜브, 틱톡 등의 콘텐츠공유 플랫폼 등이 이에 해당된다. 스트리밍플랫폼에서는 실시간으로 5~6시간에 걸쳐 장시간 방

유료 후원을 이용한다. 플랫폼들은 후원을 유도하는 수단으로 유료 후원을 할 경우 해당 댓글에 특수한 효과음이나 CG를 입혀 돋보일 수 있는 기능을 제공한다. 따라서, 이용자들은 1만원에서 많게는 10만원 이상의 금액을 후원하면서 댓글을 단다.

송을 한 뒤에, 전문 제작진이 편집, 자막, 음악 삽입을 거쳐 기승전결을 강화하여 영상전문 플랫폼에서 재유포한다.

이 같은 3중의 플랫폼 사용 과정에서 플랫폼별로 서사의 생산자와 소비자의 위치가 달라진다. 첫 번째로 마인크래프트 SMP서버에서의 콘텐츠 생산자는 환경을 개발하고, 서버를 구축한 '마카오톡'이다. 두 번째로, 실시간 스트리밍 플랫폼과 유튜브에서 콘텐츠 제작자는 크리에이터 침착맨이다. 마카오톡서버에 접속해서 플레이를 하는 메타버스 플랫폼의 이용자이자, 영상플랫폼의 생산자 역할을 이중으로 수행하는 것이다. 영상플랫폼의 시청자들의 경우에도 생산자와 소비자의 경계에 위치한다. 실시간 방송 중에 채팅이나 도네이션을 통하여 방송 내용에 개입함으로써 이야기 흐름에 영향을 줄 수 있기 때문이다.

구분	업로드 기간	갯수	평균 러닝타임	평균 조회수	평균 좋아요	평균 댓글
실시간	23.12.24 ~24.01.27	9	3시 32분	107,883	820	154
편집본	23.12.28 ~24.01.25	7	16분 26초	220,955	3014	266

〈표 8〉 실시간 영상과 편집본 관련 지표 (2024.7.13. 현재)

〈표 8〉은 동일한 플레이 내용을 실시간 스트리밍 플랫폼에서 중계한 것을 녹화한 것과, 이를 축약해서 편집한 영상의 기초 정보를 비교한 것이다. 실시간 영상은 평균 3시간 32분으로 매우 장시간 진행되며, 편집본은 평균 16분 26초로, 3중의 상호작용에서 커뮤니티 반응이 집중적으로 일어난 부분을 취사선택하는 방식으로 제작된다. 실시간 방송에서 시청자 참

여가 활발하게 일어난 부분들은 사후에 독립적인 클립으로 재가공될 가능성이 높다. 즉, 사전에 계획한 극본에 따라 영상콘텐츠를 제작하는 것이 아닌 느슨하게 열린 환경에서 사건을 전개한 후 상호작용의 결과를 반영하여 최종 제작물을 만드는 방식의 영상제작관행이 자리잡고 있는 것이다.

## 5. 결론 : 커뮤니티중심 스토리텔링 특성

오늘날 유튜브나 트위치 등 개인 창작자들이 자신만의 수용자 공중을 확보할 수 있는 플랫폼들이 성장하면서, 자신이 게임을 플레이하는 모습을 중계하는 게임 스트리머들은 게임 문화의 중요한 매개자로서 영향력을 보여주고 있다. 유튜브나 트위치 등의 영상플랫폼을 기반으로 게임 스트리머들은 게임 플레이어, 게임 해설자, 게임 방송 중계자, 게임 평론가 등의 다중의 페르소나를 수행하고, 이 과정에서 게임 속의 오브젝트에 대해 게임 플랫폼 자체가 의도하지 않은 해석적 즐거움을 부여하면서 게임을 직접적으로 플레이할 때와는 다른 종류의 즐거움을 제공하면서 독자적인 콘텐츠 영역을 구축하고 있다<sup>26)</sup>.

본 연구는 메타버스 요소를 활용한 크리에이터 콘텐츠의 새로운 서사 관행을 파악하기 위해 온라인 참여관찰과 텍스트분석을 결합한 멀티방법론 분석을 시도했다. 연구 결과, 메타버스 플랫폼의 기술 환경이 크리에이터들에게 이야기의 핵심 요소인 공간과 아바타를 역동적으로 생산할 수 있는 기반을 제공함을 확인했다.

---

26) 한혜원·김서연, 「온라인 개인 게임 방송의 스토리텔링 분석」, 『한국게임학회 논문지』 제14권 2호, 한국게임학회, 2014, 85-96쪽.

크리에이터들은 메타버스 플랫폼의 오픈월드 환경에서 화폐 단위, 직업, 규칙 등을 설정하여 세계관을 구축했다. 이를 통해 대규모 제작비 없이도 캐릭터성이 두드러지는 오락 콘텐츠를 생산할 수 있었다. 이는 메타버스 플랫폼 활용이 1인 크리에이터의 표현 범위를 크게 확장시켰음을 시사한다.

가상 요소를 활용하는 크리에이터들은 아바타 3D 디자인, 가상공간 속 역할, 스트리머 페르소나를 조율해가며 캐릭터를 구축하였다. 메타버스 환경과 오프라인 환경의 요소와 다중으로 상호작용하는 크리에이터들은 전통서사에 비해 한층 다층적인 상호작용을 서사에 적극적으로 반영함으로써 새로운 참여적 서사 전략을 개발하고 수행하고 있었다.

특히 주목할 점은 크리에이터들이 복수의 플랫폼을 동시에 활용하는 전략이다. 메타버스 플랫폼에서 이야기의 배경과 캐릭터를 구현하고, 실시간 스트리밍 플랫폼을 통해 즉각적인 상호작용을 수행하며, 최종적으로 편집된 콘텐츠를 유튜브 등의 플랫폼에 업로드하는 과정에서 각 플랫폼의 특성을 최대한 활용하고 있었다. 이러한 멀티플랫폼 전략은 다양한 층위의 상호작용을 가능케 하며, 이는 커뮤니티 중심의 스토리텔링을 강화하는 핵심 요소로 작용했다.

본 연구의 의의는 메타버스 기반 크리에이터 콘텐츠의 제작 관행과 서사 특성을 체계적으로 분석함으로써, 향후 메타버스 콘텐츠 제작 및 플랫폼 전략 수립에 있어 시사점을 제공한다는 점이다. 한편, 본 연구는 주목경제(Attention Economy) 환경에서 크리에이터 콘텐츠가 갖는 강점도 강조하고자 한다. 개인화된 추천 알고리즘이 지배하는 현재의 미디어 환경에서, 이용자와의 상호작용을 기반으로 하는 크리에이터 콘텐츠는 전통적인 레저시 미디어 콘텐츠에 비해 유리한 위치를 점한다. 미디어 융합으로 정보의 수량이 폭발적으로 늘어나면서 이용자의 인지적 자원을 두고

경쟁이 심화되는 주목 경제(Attention Economy)<sup>27)</sup> 환경이 도래했음을 고려할 때 복수의 플랫폼에서 구독자를 보유했다는 점은 개별 프로그램보다는 채널 영향력에 집중해온 레거시 미디어 콘텐츠와의 경쟁에서 유리하게 작용할 것이다

개인화된 추천 알고리즘에 의해 사용자들이 단시간에 주목하는 콘텐츠일수록 더 많은 사용자에게 노출될 가능성이 높아지는 환경 속에서 태생부터 이용자와의 상호작용을 반영하고 있는 크리에이터 콘텐츠는 전통 작법을 따르는 레거시 미디어 콘텐츠보다 유리한 조건에서 이용자와의 관계맺기에 임하고 있음을 후속연구를 통해 고찰할 필요가 있다.

본 연구는 탐색적 시도로서 지속적으로 새롭게 나타나는 메타버스 기반 콘텐츠의 제작방식을 일반화하기에는 한계점을 지닌다. 이에, 후속연구를 통해 플랫폼의 어포던스가 미치는 영향을 보다 세밀하게 분석할 필요성이 제기된다.

---

27) 최수진, 「AI가 만들어 가는 미디어 콘텐츠 생산 현장의 변화」, 『AI와 더불어 살기』, 커뮤니케이션북스, 2021.

## 참고문헌

### 1. 기본자료

침착맨 플러스 채널(2024.7.13.) '마카오퉁 서버' 스트리밍 영상

번호	업로드	제목	길이	조회수
1	23.12.24	마카오퉁 서버 1일차	5'12"49"	224,380
2	24.01.06	마카오퉁 서버 2일차	2'47"50"	105,919
3	24.01.08	마카오퉁 서버 3일차	3'33"10"	125,787
4	24.01.11	마카오퉁 서버 4일차	6'58"37"	106,964
5	24.01.12	마카오퉁 서버 5일차	2'51"7"	107,875
6	24.01.14	마카오퉁 서버 6일차	4'42"30"	91,767
7	24.01.16	마카오퉁 서버 7일차	3'15"27"	97,033
8	24.01.24	마카오퉁 서버 8일차	1'12"6"	53,590
9	24.01.27	마카오퉁 서버 9일차	1'20"24"	57,638

침착맨 플러스 채널(2024.7.13.) '마카오퉁 서버' 편집본 영상

번호	업로드일	videoTitle	길이	조회수
1	23.12.28	침착맨 마카오퉁 서버 입성 EP.1	17'51"	300,595
2	24.01.04	마크에서 체험하는 메이드카페 EP.2	15'07"	225,056
3	24.01.08	누구를 위하여 탑을 짓는가 EP.3	16'30"	258,461
4	24.01.11	투자하면 3배가 되는 투자상품 EP.4	21'31"	278,057
5	24.01.15	저렴하게 가구 쇼핑하는 방법 EP.5	11'35"	178,229
6	24.01.18	워든 항문외과 개업 EP.6	11'54"	139,233
7	24.01.25	마카오퉁 뒷고기 모음집	20'36"	167,059

## 2. 논문과 단행본

- 강신규, 「게임화하는 방송 : 생산자적 텍스트에서 플레이어적 텍스트로」, 『한국언론학보』 제63권 3호, 한국언론학회, 2019, 145-195쪽.
- 김예란, 「리액션 비디오키의 주목경제」, 『방송문화연구』 제24권 2호, 2012, KBS 공영미디어연구소, 161-192쪽.
- 김영천, 『질적연구방법론』 제2판, 아카데미프레스, 2011.
- 김정현, 「인터넷 게임 방송의 민속적 함의 - 놀이판의 공동성과 참여를 중심으로 -」, 『공동체문화와 민속 연구』 제5권, 안동대학교 민속학연구소, 2023, 107-130쪽.
- 김혜원·강혜원·백지연, 「크리에이터에게 이용자와 '상호작용'한다는 것은 무슨 의미인가?」, 『방송과 커뮤니케이션』 제19권 2호, 한국방송학회, 2018, 49-90쪽.
- 김훈순, 「텔레비전 서사연구의 메타분석」, 『방송통신연구』, 한국방송학회, 2004, 167-197쪽.
- 박성희, 「사이버 공간의 대리자아 아바타의 역할 유형분석」, 『한국언론학보』 제48권 5호, 한국언론학회, 2004, 375-405쪽.
- 박소정, 「제페토 드라마에 대한 탐색적 연구: 데이터베이스 소비론을 통하여」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제25권 1호, 한국디지털콘텐츠학회, 2024, 267-278쪽.
- 서현경, 「캐릭터 중심 스토리텔링에서의 캐릭터 역할 확장과 세계관 대체」, 『한국컴퓨터정보학회논문지』 제26권 11호, 한국컴퓨터정보학회, 2021, 67-74쪽.
- 윤현정, 「MCN 게이밍 콘텐츠의 스토리텔링 연구」, 『한국영상학회논문집』 제14권 2호, 한국영상학회, 2016, 23-37쪽.
- 이도훈, 「버추얼 프로덕션과 강화된 시각효과 : 〈만달로리안〉 시리즈에 대한 사례분석을 중심으로」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제23권 7호, 한국디지털콘텐츠학회, 2022, 1191-1203쪽.
- 이용설·송승근, 「메타버스 기술을 적용한 버추얼 스트리밍 서비스 동향 분석과 전망」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제23권 1호, 한국콘텐츠학회, 2023, 324-333쪽.
- 이준석·노혜선·김재현, 「메타버스 콘텐츠 유형 분류와 특징」, 『한국정보통신학회논문지』 제28권 5호, 한국정보통신학회, 2024, 584-590쪽.
- 전정란·김영철, 「〈마인크래프트: 스토리 모드〉의 트랜스미디어 스토리텔링 전략」, 『한국게임학회 논문지』 제21권 2호, 한국게임학회, 2021, 55-66쪽.

- 최수진, 「AI가 만들어 가는 미디어 콘텐츠 생산 현장의 변화」, 『AI와 더불어 살기』, 커뮤니케이션북스, 2021.
- 한국콘텐츠진흥원, 『미국 22-03호 인터넷 시대 제3의 물결, 크리에이터 이코노미』, 한국콘텐츠진흥원, 2022.
- 한혜원, 「메타버스 내 가상세계의 유형 및 발전방향 연구」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제9권 2호, 한국디지털콘텐츠학회, 2008, 317-323쪽.
- 한혜원·김서연, 「온라인 개인 게임 방송의 스토리텔링 분석」, 『한국게임학회 논문지』 제14권 2호, 한국게임학회, 2014, 85-96쪽.
- 황태욱·김규정, 「문화콘텐츠의 메타버스 활용 사례 연구 -버추얼 아이돌 “이세계 아이돌” 분석을 중심으로-」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제23권 2호, 한국콘텐츠학회, 2023, 12-25쪽.
- Chatman, S., *Story and Discourse: Narrative structure in fiction and film*, Cornell University Press, 1978.
- Hammersley, M. & Atkinson, P., *Ethnography: Principles in practice (2nd ed.)*, Routledge, 1995.

### 3. 기타 자료

- ASF, *Metaverse Roadmap: Pathways to the 3D Web*, 2007. <https://metaverseroadmap.org>
- Business Insider, “Dream SMP Members: Who's Who on the Minecraft Server and What They Do”, *Business Insider*, July 15, 2024.
- 길용찬, 〈유튜브 조회수 ‘1조’, 시대를 창조한 ‘마인크래프트’〉, 『Gameple』, 2021.12.16., 접속일: 2024.06.01., <https://www.gameple.co.kr/news/articleView.html?idxno=201029>.



## Abstract

### Multi-Platform Strategies of Metaverse-Based Creators - A Case Study of Community-Driven Storytelling Using Minecraft

Kang, Hye-Won(Sungkyunkwan University)

This study examines narrative strategies in YouTube content utilizing virtual entities through a combination of digital participant observation and text analysis. In an environment where digital storytelling content using virtual entities is continuously created, this research focuses on Minecraft-based creator content that has gained influence through participatory culture, recognizing that technological novelty alone does not guarantee popular impact.

Analysis reveals that creators employ a 'community-centered storytelling' strategy based on interaction, utilizing multiple metaverse and streaming platforms. They leverage the virtual environments and avatars provided by Minecraft to achieve diversity in narrative background expression, while varying the creator's persona to avoid monotony and create unpredictable developments. The creator's persona, which drives the story, is complexly formed through a combination of internal and external metaverse platform elements, including the appearance and actions of 3D avatars, social roles assigned by the game world, and events arising from character relationships.

In conclusion, cross-platform interaction between metaverse platforms and streaming platforms, rather than the use of a single platform, functions as a key element in content creation. As multi-layered interaction patterns are observed—including interactions between the metaverse world and multiple streamers/players, as well as with viewers—this study emphasizes the importance of academic discussions on cross-platform utilization beyond individual platform

122 대중서사연구 제30권 3호

usage patterns.

(Keywords: Metaverse, Streaming platforms, Participatory culture, Digital  
Storytelling, Creators)

논문투고일 : 2024년 8월 31일  
논문심사일 : 2024년 10월 14일  
수정완료일 : 2024년 10월 17일  
게재확정일 : 2024년 10월 18일