

메타버스란 무엇인가?

미래에 대해 알고 싶지 않은 모든 것.

Mark Zuckerberg나 Satya Nadella 같은 기술 CEO들의 발언을 들어보면, 메타버스는 인터넷의 미래일 수도 있고, 비디오 게임일 수도 있으며, 또는 좀 더 불편한 버전일 수도 있습니다. 정확히 뭐라 정의하기는 어렵습니다.

페이스북이 메타로 리브랜딩하고 미래를 메타버스에 초점을 맞출 것이라고 발표한 지 1년 반이 지났습니다. 그 이후, '메타버스'라는 용어는 거의 무의미해졌습니다. Meta는 VR 소셜 플랫폼을 구축하고, Roblox는 사용자 생성 비디오 게임을 촉진하고 있으며, 일부 회사들은 NFT가 부착된 깨진 게임 세계를 제공하고 있습니다.

니치 스타트업에서부터 대형 기술 기업에 이르기까지 많은 지지자들이 메타버스가 아직 구축 중이며 정의하기에는 너무 새로운 개념이기 때문에 이러한 일관성 결여가 생긴다고 주장합니다. 예를 들어, 1970년대에 인터넷이 존재했지만, 그것이 어떤 모습이 될지에 대한 모든 아이디어가 사실은 아니었습니다.

반면, 큰 기술 자금은 생성 AI로 이동하고 있지만, 많은 마케팅 과장 (그리고 자금)이 이미 '메타버스'라는 아이디어를 판매하는 데 포장되어 있습니다. 특히, 애플의 광고 추적 제한 조치가 회사의 수익에 타격을 입힌 이후, Facebook은 더욱 취약한 위치에 놓였습니다. Facebook이 가상 옷을 판매하여 돈을 벌고자 하는 사실을 빼놓고 Facebook의 디지털 옷장을 홍보하는 비전을 분리하기는 어렵습니다. 하지만 Facebook만이 메타버스 과대 광고로부터 재정적 이익을 얻을 수 있는 회사는 아닙니다.

이러한 점을 염두에 두고...

도대체 "메타버스"는 무슨 뜻인가?

"메타버스"라는 용어가 얼마나 모호할 수 있는지 감을 잡으려면, "메타버스"라는 단어를 문장에서 "사이버 공간"으로 대체해보세요. 90%의 경우 의미는 크게 달라지지 않을 것입니다. 이는 이 용어가 특정 기술을 의미하는 것이 아니라, 우리가 기술과 상호작용하는 방식에서의 광범위한 (그리고 종종 추측에 가까운) 변화에 대해 지칭하기 때문입니다. 그리고 이 용어가 결국 구식이 되더라도 한때 이를 설명하던 특정 기술들은 일반적인 것이 될 가능성도 있습니다.

일반적으로 기업들이 "메타버스"라고 할 때 언급하는 기술들은 지속적인 가상 세계—당신이 접속하지 않아도 계속해서 존재하는 가상 현실—뿐만 아니라 디지털과 물리적 세계의 요소를 결합한 증강 현실을 포함할 수 있습니다. 그러나 반드시 VR이나 AR을 통해서만 접근해야 하는 것은 아닙니다. 예를 들어, Fortnite의 일부 요소는 PC, 게임 콘솔, 심지어 휴대폰을 통해서도 접근 가능하며, 이러한 요소들 또한 "메타버스"라고 불리기도 합니

다.

메타버스에 합류한 많은 회사들은 사용자들이 상품을 만들고, 사고, 팔 수 있는 새로운 디지털 경제를 상상합니다. 이상적인 메타버스 비전에서, 메타버스는 상호 운용 가능하여 가상 옷이나 자동차 같은 아이템을 한 플랫폼에서 다른 플랫폼으로 가져갈 수 있어야 합니다. 그러나 이는 말처럼 쉽지 않습니다. 일부 지지자들은 NFT와 같은 새로운 기술이 이러한 휴대 가능한 디지털 자산을 가능하게 할 수 있다고 주장하지만, 이는 사실과 다릅니다. 하나의 비디오 게임이나 가상 세계에서 다른 게임으로 아이템을 가져가는 것은 단일 기업이 해결할 수 없는 매우 복잡한 작업입니다.

위에서 설명된 내용을 들으면 "어? 그런데 이런 건 이미 있지 않나?"라는 반응이 나올 법도 합니다. 예를 들어, 월드 오브 워크래프트는 플레이어들이 상품을 사고팔 수 있는 지속적인 가상 세계이고, Fortnite는 콘서트와 같은 가상 경험을 제공하며, Rick Sanchez가 MLK 주니어에 대해 배울 수 있는 전시회도 있습니다. Oculus 헤드셋을 착용하면 자신의 개인 가상 홈에 있을 수도 있습니다. 이것이 메타버스의 의미일까요? 단순히 새로운 종류의 비디오 게임일 뿐인가요?

음, 맞기도 하고 틀리기도 합니다. Fortnite가 "메타버스"라고 말하는 것은 마치 Google이 "인터넷"이라고 말하는 것과 비슷합니다. Fortnite에서 많은 시간을 보내며 소셜 활동, 구매, 학습, 게임을 할 수 있다고 해도, 그것이 사람들이 "메타버스"라고 할 때의 모든 범위를 아우른다고는 할 수 없습니다. 마찬가지로 Google은 인터넷의 일부인 물리적 데이터 센터나 보안 계층을 구축하더라도 전체 인터넷을 대표하는 것은 아닙니다.

Microsoft와 Meta 같은 대형 기술 기업들은 가상 세계와 상호작용할 수 있는 기술을 구축하고 있지만, 그들만이 아닙니다. Nvidia, Unity, Roblox, 그리고 Snap과 같은 여러 대기업, 중소기업들이 물리적 삶을 더 잘 모방할 수 있는 가상 세계를 구축하기 위한 인프라를 개발하고 있습니다.

예를 들어, Epic은 강력한 Unreal Engine 5 플랫폼을 강화하기 위해 디지털 자산을 생성하거나 배포하는 회사들을 인수해왔습니다. Unreal은 비디오 게임 플랫폼일 뿐만 아니라 영화 산업에서도 사용되고 있으며, 누구나 가상 경험을 만들기 쉽게 할 수 있습니다. 디지털 세계를 구축하는 데 있어 구체적이고 흥미로운 발전이 이루어지고 있습니다.

그럼에도 불구하고, *레디 플레이어 원*과 같은 단일 통합 공간으로서의 "메타버스"는 여전히 거의 불가능합니다. 이는 부분적으로 그러한 세계가 수익성이 낮거나 바람직하지 않은 방식으로 기업들이 협력할 필요가 있기 때문입니다. 예를 들어, Fortnite는 사용자들이 월드 오브 워크래프트로 바로 넘어갈 수 있는 포털을 제공할 동기가 거의 없습니다. 또한 그러한 개념에 필요한 순수한 컴퓨팅 능력은 우리가 생각하는 것보다 훨씬 더 멀리 떨어져 있을 수 있습니다.

이 불편한 사실 때문에 약간 다른 용어들이 등장하게 되었습니다. 이제 많은 기업이나 지지자들은 단일 게임이나 플랫폼을 “하나의 메타버스”라고 부르기도 합니다. 이 정의에 따르면 VR 콘서트 앱부터 비디오 게임에 이르기까지 모든 것이 “메타버스”에 해당할 수 있습니다. 일부는 한 발 더 나아가 다양한 메타버스들의 집합을 “메타버스들의 멀티버스”라고 부르기도 하며, 혹은 “하이브리드-버스”에서 살고 있다고 말하기도 합니다.

혹은 이 용어들은 전혀 다른 의미로도 사용될 수 있습니다. Coca-Cola는 Fortnite와의 미니 게임을 연계하여 “메타버스에서 태어난” 맛을 출시하기도 했습니다. 규칙은 없습니다.

메타버스가 무엇을 포함하는지에 대한 대부분의 논의가 이 지점에서 멈추기 시작합니다. 메타버스를 어렵게 정의할 수 있는 현재 존재하는 것들이 어떤 것인지 알고 있으며, 이러한 아이디어에 투자하는 회사들이 누구인지 알고 있지만, 그것이 무엇인지를 정의하는 데 있어서는 아무런 합의도 이루어지지 않고 있습니다. Meta는 모든 친구들을 초대할 수 있는 가짜 집이 포함될 것이라고 생각하고, Microsoft는 신입 사원 교육이나 원격 근무자들과의 대화를 위해 가상 회의실을 포함할 수 있다고 생각합니다.

특히, Apple은 증강 현실 컴퓨팅 분야에 뛰어들었지만, “메타버스”라는 단어를 한 번도 사용하지 않았습니다. 회사의 새로운 Vision Pro 헤드셋은 AR 지원 앱과 함께 현실 세계를 오버레이로 보이게 하는 화면을 특징으로 하는 “공간 컴퓨팅” 플랫폼으로 광고되고 있습니다. 이러한 인터페이스가 대중화될지는 두고 봐야 하겠지만, Apple은 *레디 플레이어 원* 스타일의 몰입형 가상 세계와 관련된 수사적 표현과 명백히 거리를 두고 있습니다.

이는 다소 실질적인 기반을 가진 미래의 비전과 대비됩니다. 다른 회사들의 비전은 낙관적이거나 심지어는 팬픽션에 가깝습니다. Meta의 초기 메타버스 발표에서는 젊은 여성이 소파에 앉아 인스타그램을 스크롤 하다가 친구가 올린 콘서트 영상을 보고, 화면이 콘서트로 전환되어 여성이 어벤저스 스타일의 홀로그램으로 나타나 친구와 눈을 맞추고, 콘서트를 함께 듣고, 무대 위에 떠 있는 텍스트를 볼 수 있는 장면을 보여줬습니다. 이는 멋지게 보이지만, 실제 제품이나 가능성 있는 미래의 제품을 광고하는 것이 아니라, 메타버스의 가장 큰 문제를 상기시킵니다.

왜 메타버스에는 홀로그램이 필요한가?

인터넷이 처음 도입되었을 때는 컴퓨터가 먼 거리에서 서로 통신할 수 있는 능력이나 웹 페이지 간 하이퍼링크를 연결할 수 있는 능력과 같은 일련의 기술 혁신들로 시작되었습니다. 이러한 기술적 기능들은 우리가 인터넷을 위한 추상적 구조물—웹사이트, 앱, 소셜 네트워크 등—을 구축하는 데 사용된 기본 요소였습니다. 메타버스의 경우, 서버의 단일 인스턴스에 수백 명의 사람들을 수용할 수 있는 능력이나 사용자가 바라보는 위치나 손 위치를 식별할 수 있는 모션 트래킹 도구와 같은 새로운 기본 요소들이 있습니다. Apple

의 Vision Pro에도 매우 흥미로운 컨트롤러 없는 인터페이스나 현실을 통과해 보이는 스크린 같은 기술 혁신이 포함되어 있습니다.

그러나 극복할 수 없을지도 모르는 제한 사항들이 존재합니다. Microsoft나 Meta 같은 기술 회사들이 미래의 비전을 보여주는 허구적인 영상을 제작할 때, 메타버스와 상호작용하는 방식에 대해 종종 설명을 생략합니다. VR 헤드셋은 여전히 매우 투박하며, 대부분의 사람들은 이를 너무 오래 착용하면 멀미나 신체적 불편을 겪습니다.

증강 현실 안경도 유사한 문제에 직면해 있으며, 공공장소에서 이를 착용할 때 사람들이 '투박하게 보이지 않게' 하는 방법을 찾아야 하는 문제도 있습니다. 또한 많은 회사들이 무시하고 있는 VR의 접근성 문제도 있습니다. 한편, Apple의 Vision Pro는 안경을 착용해야 하는 사용자들에게는 처방 렌즈 추가 구매 옵션을 제시하여 이 문제를 "해결"하고 있습니다.

따라서 기술 회사들이 자신들의 기술을 보여줄 때 투박한 헤드셋과 어색한 안경의 현실을 피하는 방법은 무엇일까요? 지금까지 그들의 주요 해결책은 기술을 완전히 만들어내는 것이었습니다. Meta의 발표에서 홀로그램 형태로 나타난 여성을 예로 들면, 이는 현재의 매우 발전된 기술로도 가능하지 않습니다.

모션 트래킹이 적용된 디지털 아바타처럼 지금은 좀 어설프지만 언젠가는 더 나아질 수 있는 기술과는 달리, 공중에 3D 이미지를 표시하는 기술은 엄격히 제어된 환경 없이는 불가능합니다. Iron Man의 영화 장면처럼 보이는 하지만 현실적이지 않습니다.

이 장면들은 안경을 통해 투영된 이미지로 해석될 수도 있습니다. 두 명의 여성이 시연 영상에서 비슷한 안경을 착용하고 있으니까요. 하지만 이는 작고 편리한 안경의 물리적 성능을 크게 가정하는 것이며, Snap은 이것이 간단하지 않은 문제라는 것을 보여줍니다. Apple의 데모에서 볼 수 있듯, 다른 장소에 있는 사람의 3D 이미지를 재구성하는 것은 자칫 불편한 느낌을 줄 수 있습니다.

이와 같은 현실 무시는 메타버스가 어떻게 작동할지 보여주는 비디오 데모에서 자주 발생합니다. Meta의 또 다른 데모에서는 캐릭터들이 공간에 떠 있는 장면을 보여주었는데, 이 사람은 공중에 떠 있는 리그에 묶여 있는 건지 아니면 단순히 책상에 앉아 있는 건지 알 수 없습니다. 홀로그램으로 표현된 사람은 헤드셋을 착용하고 있는지, 착용하고 있다면 얼굴은 어떻게 스캔하고 있는지, 그리고 가상 아이템을 잡는 장면에서는 물리적 손으로 물체를 들고 있는지에 대한 여러 의문이 생깁니다.

이 데모는 설명보다 질문을 더 많이 제기합니다.

어느 정도까지는 이런 시도가 괜찮습니다. Microsoft, Meta, 그리고 기타 모든 회사들이 이와 같은 과장된 데모를 보여주는 것은 예술적 인상을 주고자 하는 것이지, 모든 기술

적 문제를 설명하기 위함은 아닙니다. 이는 이미지 편집을 통해 사람을 지우거나 3D 모델을 생성할 수 있었던 AT&T의 음성 제어 접이식 휴대전화 시연과 같은 오랜 전통입니다. 이러한 기능들은 당시에 불가능하게 보였지만 기술이 발전하면서 어느 정도 실현 가능해졌습니다.

그러나 지난 1년 반 동안의 메타버스 홍보는 현실을 벗어난 비전들에 크게 의존해왔습니다. Chipotle의 “메타버스”는 Roblox 비디오 게임으로 가장한 광고에 불과했습니다. “메타버스”에서의 희귀한 “부동산” 이야기는 버그가 많은 비디오 게임에 가상 토지 토큰을 추가한 것에 불과하며, 현재 인기 있는 대부분의 NFT와 관련된 보안 및 개인정보 보호 문제도 무시하고 있습니다.

메타버스 프로젝트들에서 나타나는 혼란과 실망은 2017년 Walmart의 VR 쇼핑 데모 영상이 2022년 1월 다시 화제가 되었을 때, 사람들이 이를 또 다른 메타버스 데모로 착각했던 상황에서도 볼 수 있습니다. 이 영상은 현재 메타버스 논의가 과장에만 기반하고 있음을 잘 보여줍니다. Walmart의 VR 쇼핑 데모는 명백히 진전되지 않았습니다 (그리고 그럴만한 이유도 있죠). 그렇다면 왜 사람들이 Chipotle의 VR 프로젝트를 미래의 일부로 여겨야 할까요?

이처럼 기술 데모를 통해 나타나는 희망적 사고는 오늘날 다양한 메타버스 비전에서 실제로 실현될 수 있는 측면이 무엇인지 파악하기 어렵게 만듭니다. VR과 AR 헤드셋이 사람들이 매일 사용할 만큼 편안하고 저렴해진다면—여기에는 큰 “만약”이 붙습니다—친구들과 우주에 떠 있는 로봇 아바타로 가상 포커 게임을 즐기는 것이 어느 정도 현실에 가까워질 수 있습니다. 그렇지 않다면 Discord 영상 통화를 통해 Tabletop Simulator로 포커를 할 수도 있겠죠.

VR과 AR의 화려함은 또한 현재의 디지털 세계를 개선할 수 있는 더 평범한 방법들을 가립니다. 예를 들어, 기술 회사들은 디지털 아바타 표준 파일을 만들어 눈 색깔, 헤어스타일, 의상 옵션 같은 캐릭터 생성 정보를 담아 어디서나 사용할 수 있도록 하고, 게임 엔진이 그 데이터를 해석해 적용하는 시스템을 개발할 수도 있습니다. 이를 위해 더 편안한 VR 헤드셋을 만들 필요는 없습니다.

하지만 상상하기에 그렇게 재미있지는 않죠.

메타버스의 현재 모습은?

메타버스를 정의하는 역설은 메타버스가 미래가 되려면 현재를 정의 밖으로 밀어내야 한다는 것입니다. 우리는 이미 전체 가상 세계나 디지털 콘서트, 전 세계 사람들과의 화상 통화, 온라인 아바타, 상거래 플랫폼을 포함하는 MMO(대규모 다중 접속 온라인 게임)들을 가지고 있습니다. 따라서 이러한 것들을 새로운 비전으로 팔기 위해서는 뭔가 새로운 요소가 있어야 합니다.

메타버스에 대해 이야기하다 보면, *스노우 크래시* 같은 가상의 이야기—1992년에 “메타버스”라는 용어를 처음 만든 소설—나 *레디 플레이어 원*처럼 사람들이 일하고, 놀고, 쇼핑할 수 있는 VR 세계가 자주 참조됩니다. 이러한 이야기는 메타버스가 판매될 가능성이 있는 새로운 것으로서 어떤 모습일지 상상하게 하는 참고자료 역할을 합니다.

문장에서 “메타버스”라는 단어를 “사이버 공간”으로 바꿔보세요. 90%의 경우 의미는 크게 달라지지 않을 것입니다.

이와 같은 과장은 메타버스라는 개념이 특정 기술보다 더 중요한 이유를 설명합니다. 그래서 NFT(암호화폐 기술로 디지털 자산 소유권을 증명하는 토큰) 같은 것들을 홍보하는 사람들 역시 메타버스라는 개념에 기대는 것입니다. 물론, NFT는 환경에 해로우며 대부분이 구축된 공개 블록체인에는 심각한 개인정보 보호 및 보안 문제가 있습니다. 하지만 어떤 기술 회사가 NFT를 Roblox에 있는 가상의 저택의 디지털 열쇠라고 주장한다면, 당신의 밈 구매 취미가 인터넷의 미래를 위한 필수 인프라의 일부가 됩니다 (그리고 보유 중인 암호화폐의 가치가 상승할 수도 있죠).

이러한 맥락을 염두에 두는 것이 중요합니다. 초기 메타버스 아이디어를 인터넷 초기에 비교하고 모든 것이 선형적으로 발전할 것이라 가정하는 것은 유혹적이지만, 반드시 그렇게 될 것이라고 보장할 수는 없습니다. 사람들이 다리 없이 가상 사무실에 모이거나 로봇 아바타로 포커를 하는 것에 매력을 느낄지, 또는 VR과 AR 기술이 스마트폰과 컴퓨터만큼 일반화될지 알 수 없는 일입니다.

페이스북이 브랜드를 변경한 이후, “메타버스”라는 개념은 구식 기술을 새로 포장하고, 신기술의 이점을 과장하며, 투자자들의 상상력을 자극하는 강력한 도구가 되었습니다. 또한 많은 자금이 투입되었지만 그만한 성과는 거의 없었습니다. Meta는 2022년에만 137억 달러를 손실했으며, 2023년 상반기에는 10,000명 이상의 직원을 해고했습니다.

그러나 자금이 특정 분야에 쏟아진다고 해서 곧 대규모 패러다임 전환이 일어날 것이라는 의미는 아닙니다. 3D TV부터 아마존의 드론 배달, 구글 글라스에 이르기까지 실패한 투자의 예는 수도 없이 많습니다.

그렇다고 해서 희망이 전혀 없다는 의미는 아닙니다. Quest 2 같은 VR 헤드셋은 그 어느 때보다 저렴하며, Apple의 Vision Pro는 랩탑, 태블릿, 전화기를 모두 합친 것보다 저렴한 버전이 출시된다면 정말 멋진 수도 있습니다. 비디오 게임과 다른 가상 세계들은 제작 및 설계가 더 쉬워지고 있습니다. 포토그래메트리(사진이나 비디오에서 디지털 3D 객체를 생성하는 과정)의 발전은 디지털 아티스트들에게 굉장히 유용한 도구가 될 것입니다.

그러나 어느 정도까지는 기술 산업 전체가 미래주의에 의존하고 있습니다. 단순히 스마트폰을 판매하는 것도 좋지만, 미래를 판매하는 것이 더 수익성이 높습니다. 현실적으로는 “메타버스”라 할 수 있는 것이 몇 가지 멋진 VR 게임, Zoom 통화 속 디지털 아바타

정도에 불과하고, 대부분은 여전히 우리가 인터넷이라고 생각하는 것과 다를 바 없을지도 모릅니다.