



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

제 45 회 박사학위 논문

지도교수 김 재 응

가상현실 애니메이션에 나타난
현존감으로써 자기대상 연구

A study on Self object as Presence in
Virtual Reality Animation

중앙대학교 첨단영상대학원

영상학과 영상예술학 애니메이션이론/콘텐츠프로듀싱전공

구 보 림

2023년 2월

가상현실 애니메이션에 나타난
현존감으로써 자기대상 연구

A study on Self object as Presence in
Virtual Reality Animation

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2023년 2월

중앙대학교 첨단영상대학원

영상학과 영상예술학 애니메이션이론/콘텐츠프로듀싱전공

구 보 림

구 보 름의 박사학위논문으로 인정함

심 사 위 원 장 문 재 철 ①인

심 사 위 원 김 재 응 ①인

심 사 위 원 조 미 라 ①인

심 사 위 원 이 승 진 ①인

심 사 위 원 김 탁 훈 ①인

중앙대학교 첨단영상대학원

2023년 2월

목 차

I . 서론	1
1. 연구배경	1
2. 선행연구	14
3. 연구목적 및 문제	17
4. 연구방법 및 구성	21
II . 이론적 배경	27
1. 가상현실의 사회적 현존감과 자기대상 이해	27
1) 가상현실과 존재	27
2) 가상현실과 사회적 현존감	32
3) 가상현실과 자기대상	40
2. 자기심리학의 자기대상 이해	44
1) 자기심리학의 자기대상욕구	44
2) 자기심리학 자기대상전이의 구조 및 기능	47
3) 자기심리학 자기대상의 특성	51
3. 사회적 현존감 측면의 자기대상	56
1) 대상을 통한 상호작용	56
2) 정서적 교류를 통한 공감	57
3) 사회적 몰입을 통한 직접참여	59

Ⅲ. 가상현실 애니메이션의 사회적 현존감과 자기대상 61

1. 가상적 대상의 사회적 현존감	61
1) 가상적 대상의 상호작용적 요인	67
2) 가상적 대상의 정서적 요인	70
3) 가상적 대상의 몰입적 요인	74
2. 가상현실 애니메이션의 자기대상 요소	81
1) 가상현실 애니메이션의 거울자기대상	81
2) 가상현실 애니메이션의 이상화자기대상	91
3) 가상현실 애니메이션의 쌍둥이자기대상	94
3. 내현적대인반응 척도 설문 조사결과	105
1) 가상현실 대인지각반응 설문조사	108
2) 가상현실 대인감정반응 설문조사	110
3) 가상현실 대인소망반응 설문조사	112

Ⅳ. 분석결과

115

1. 현존감으로써 자기대상의 상호작용	115
2. 현존감으로써 자기대상의 직접참여	117
3. 현존감으로써 자기대상의 공감	120

Ⅴ. 결론 및 제언

123

참고문헌	127
[부 록]	136
부록 1. <연구대상자 설명문 및 동의서>	136
부록 2. <내현적대인반응척도>	137
국문초록	143
Abstract	146

표목차

[표 1] 가상현실 애니메이션의 특성	3
[표 2] 현존감의 경험적 차원 요인	8
[표 3] 현존감 요소 관련 선행연구 분석표	16
[표 4] 연구문제	19
[표 5] 분석도표	26
[표 6] 사회적 현존감 구성 요인	34
[표 7] 자기대상욕구의 특징 및 구분	45
[표 8] 가상적 대상의 상호작용적 요인 장면 예시	67
[표 9] 가상적 대상의 정서적 요인 장면 예시	70
[표 10] 가상적 대상의 몰입적 요인 장면 예시	74
[표 11] 가상적 대상의 사회적 현존감 요인 도출 결과	78
[표 12] 거울자기대상 중 ‘인정하기’가 나타난 장면	81
[표 13] 거울자기대상 중 ‘칭찬하기’가 나타난 장면	84
[표 14] 거울자기대상 중 ‘기억하기’가 나타난 장면	86
[표 15] 거울자기대상 중 ‘기다리기’가 나타난 장면	87
[표 16] 거울자기대상 중 ‘기회주기’가 나타난 장면	89
[표 17] 가상현실 애니메이션의 자기대상 중 ‘위로’가 나타난 장면	92
[표 18] 가상현실 애니메이션의 자기대상 중 ‘보호’가 나타난 장면	93
[표 19] 쌍둥이자기대상 중 ‘감정일치’가 나타난 장면	94
[표 20] 쌍둥이자기대상 중 ‘행동일치’가 나타난 장면	96
[표 21] 쌍둥이자기대상 중 ‘존재일치’가 나타난 장면	99
[표 22] 거울자기대상 요소 도출 결과	100

[표 23] 이상화자기대상 요소 도출 결과.....	101
[표 24] 쌍둥이자기대상 도출 결과.....	102
[표 25] 가상적 대상의 자기대상 요인 도출 결과.....	104
[표 26] 내현적 대인반응척도 기준표.....	106
[표 27] 대인지각반응 주 변수의 기술통계량.....	108
[표 28] 대인감정반응 주 변수의 기술통계량.....	110
[표 29] 대인소망반응 주 변수의 기술통계량.....	112
[표 30] 설문조사 및 사회적 현존감 구성 요인 관계.....	114
[표 31] 현존감으로써의 자기대상의 상호작용	116
[표 32] 현존감으로써의 자기대상의 직접참여 요소	119
[표 33] 현존감으로써의 자기대상의 공감.....	122

그림목차

[그림 1] 연구의 변인 설정	21
[그림 2] The Treachery of Images 1929,Rene Magritte.....	29
[그림 3] 카렌 스완(Karen Swan)의 사회적 현존감 분석모형	35
[그림 4] Interactive VR Animation 작품.....	62
[그림 5] 벽 속의 늑대들(Wolves in the walls) (출처: FableStudio)....	62
[그림 6] 주인공 루이스와 고스트자이언트(출처 : IGN).....	63
[그림 7] 바바야가(BaBa Yaga) (출처 : Baobab Studio).....	64

I. 서론

1. 연구배경

최근 전 세계적으로 다양한 분야에서 가상현실(Virtual Reality, VR) 콘텐츠가 등장하고 있다. 이는 급격한 4차 산업기술의 발전과 범유행 전염병(Pandemic) 현상으로 인한 사회 전반의 억압된 분위기와 단절된 의사소통의 상황에서 인간이 실제 경험할 수 없는 세계에 대한 욕구의 산물이라고 할 수 있다. 특히 가상현실 분야 중 상호 작용 콘텐츠는 ‘체험’과 ‘몰입’으로 사용자가 다각적 접근을 할 수 있도록 만들었는데, 인간의 생각과 행동을 반영하고 표현하는 ‘예술’과의 융합이라는 측면에서 감상자에게 기존의 시각적 표현이 주는 작품 감상의 경계를 확장했다. 가상현실(Virtual Reality, VR)이라는 용어의 정의는 사전적으로 ‘컴퓨터가 제공하는 감각 자극(시각, 소리 등)을 통하여 경험하고, 자기 행동이 환경에서 일어나는 일을 부분적으로 결정하는 인공적인 환경이나 가상의 현실을 만들고 입장하는 기술’¹⁾, 즉 컴퓨터로 가공된 혹은 인위적인 환경을 뜻한다. 또는 “본질적으로 현실과 같은 기능을 가진 가상 환경의 체험”²⁾이라 직역할 수 있는데, 인간과 가공된 환경의 오감 체험, 즉 인간과 공간의 연결을 통한 가상적 현실이다. 과거 인간은 오감을 활용한 직접적인 커뮤니케이션으로 연결되었다. 하지만 다양한 문화와 집단의 교류 그리고 기술의 발전으로 디지털 환경에서 시간과 공간의 한계를 뛰어넘는 간접적 커뮤니케이션의 형

1) “virtual reality”, virtual reality, last modified 1987, accessed 2022. Dictionary Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/virtual%20reality#h1>.

2) 오우카 이치몬, 김영택 역, 『VR 콘텐츠의 최전선 캠페인 사례로 살펴보는 VR콘텐츠 제작 · 운영 노하우』, e비즈북스, 2017, p.14.

태로 진화되었다. 근본적으로 인간과 공간 그리고 시간이 모두 디지털로 이루어지며 '평행우주'를 이루게 된 것이다. 가상현실은 현실과의 경계를 무너트리고 융합시켜 세계의 실존 개념을 디지털 세계로 확대하였다. 캐나다의 미디어 학자 마셜 맥클루언(Herbert Marshall McLuhan)에 따르면 인간은 가상현실로부터 새로운 경험을 제공받으면서 단순히 시각적 이미지나 정보를 전달받는 수단이 아닌 인간의 정신과 감각 그리고 세계와의 관계를 형성하는데, 즉 가상현실이 인간 감각의 확장을 가져오는 것이다.³⁾ 현재 가상현실의 가치에 대하여 미국의 글로벌 리서치 회사인 '마켓 앤 마켓(Market & Market)'의 2022년도 조사 결과에 따르면 가상현실 시장 규모가 약 370억 달러(약 52조 원)에 달할 것을 예측하였다. 특히 253개의 시장 성장률을 기준으로 조사한 결과 2027년 기준 1,145억 달러에 이를 것으로 예상하였으며, 2021년 기준 조사 결과 가상현실 시장은 아시아 태평양 지역에서 큰 시장 점유율을 차지하였으며 그 중 한국과 일본 그리고 중국의 E-러닝에 집중하여 예측 기간 동안 비교적 빠른 성장률을 보였다.⁴⁾ 이처럼 가상현실의 분야는 빠른 성장과 다양한 분야와 융합하여 등장하고 있다. 그 중 가상현실 애니메이션은 가상현실 플랫폼에 상영되는 것을 목적으로 사용자가 가상세계로 연결되어 감상하고, 참여하는 콘텐츠를 말한다.⁵⁾ 가상현실 애니메이션은 사용자와 작품의 상호작용과 비선형적 서사를 통한 사용자의 주체성 그리고 작품에 대한 사용자의 몰입을 들 수 있다.

3) 민준홍, 『가상현실과 증강현실의 현실』, 커뮤니케이션북스, 2016, p.7.

4) "Top Market Reports", markets and markets, last modified Jun, 2022, accessed Oct.10, 2022, <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/augmented-reality-virtual-reality-market-1185.html>.

5) 임왕태, 『VR 영화의 새로운 영화문법』, 영상기술연구, 2017, p.86.

[표 1] 가상현실 애니메이션의 특성

구분	요인	내용
1	상호작용	내재적 존재(Internal)와 함께 능동적으로 참여하는 참여형(Ontological) 상호작용
2	주체성	비선형적 서사(Non-Linear Narrative)에 따라 사용자의 주체적 진행
3	몰입	입체적인 시각적 이미지를 오감으로 느끼며 재미와 흥미를 느끼는 상태

먼저 첫째, 가상현실 애니메이션은 사용자와 상호작용을 이루고 있다. 상호작용은 참여형태에 따라 능동적 참여를 이루는 참여형(Ontological)과 상호작용의 형태가 없는 감상형(Exploratory)으로 분류할 수 있다.⁶⁾ 참여형(Ontological)은 상호작용 연출이 적용되어 체험할 수 있는 것을 말한다. 내재적 존재(Internal)와 함께 나타나는 형태로 사용자에게 자유도를 제공하기 때문에 3D애니메이션과는 달리, 연출자가 의도하는 애니메이션의 서사를 명확하게 제공하기 어려우며, 재현적인 동적인 요소 등의 예술적 요소들도 함께 포함하고 있는데,⁷⁾ 가상의 캐릭터와 완전한 일체를 이루며 실시간적 상호작용을 통한 작품의 내용을 완성시킨다. 예컨대, 가상현실 애니메이션에서는 사용자를 둘러싼 환경에서 이벤트들이 전, 후, 좌, 우에서 동시 다발적으로 일어나며, 이러한 동시성으로 인하여 사용자가 영상에서 어느 한 사건을 바라보는 동안 다른 방향에서 일어나는 또 다른 사건을 놓치게 되는 문제가 발생 한다. 더욱이 인간의 평균적인 시야각은 110도 정도이며, 눈과 머리를 함께 움직일 경우에는 좌우로 약 190도, 상하로 90도 정도의 시야각을 확보할 수 있게 된다. 360도 영상을 한눈에

6) 안찬제 외1인, 「인터랙티브 VR 애니메이션의 시선 유도를 위한 연출」, 한국콘텐츠학회 제21권 제3호, 2021, p.108.

7) 김파, 「불안심리 개선을 위한 VRET 노출요법 기반의 VR 애니메이션 디자인 요소와 체계화」, 동명대학교 대학원 디자인학과 박사학위논문, 2020, p.16.

보는 것은 물리적으로 어려운 것으로, 가상현실 애니메이션을 보는 관람객은 전지적인 시점을 오로지 자신이 볼 수 있는 것만을 볼 수 있는 개인의 위치로 끌어 내려지게 된다.⁸⁾ 감상형(Exploratory)은 사용자가 기존의 3D 애니메이션과 같이 선형적 서사로 작품을 관람하는 방식이다.⁹⁾ 선형적 서사의 상호작용을 가진 가상현실 애니메이션은 사용자가 별도의 기기 없이 작품을 체험할 수 있다. 예컨대 모바일이나 태블릿 PC등으로 쉽게 체험할 수 있다. 미리 연출된 장면을 렌더링 하여 제공하는 방식이다.¹⁰⁾ 간혹 시선의 통제로 관객이 ‘가상 속 유령’과 같은 존재로서 관망하게 만들기도 한다. 작품에 영향을 끼치는 내재적 존재의 참여형 상호작용은 직접 상호작용과 간접 상호작용으로 나눌 수 있다. 직접 상호작용은 중재 도구와 커뮤니케이션하는 대신에 물체와 직접적으로 연관된다는 인상을 준다. 또한, 즉각적이고 구조적인 특징이 있으며, 가장 직접적인 상호작용은 사용자가 손에 들고 있는 물리적인 물체와 직접적으로 상호작용하는 것이라고 할 수 있다. 예컨대 물체에 직접적인 영향을 주는 칼과 같은 도구는 사용자가 이해하자마자 그것을 몸의 연장인 것처럼 느낄 수 있게 된다. 간접 상호작용은 입력과 출력 사이의 인식 전환이 요구되는 경향이 있으며, 예컨대 타 이핑 치거나 말을 하는 상호작용을 의미하며, 직접 상호작용보다는 인지가 필요하다.

둘째, 가상현실 애니메이션은 기존의 애니메이션과 달리 비선형적 서사로 사용자의 주체성으로 진행된다. 전체적인 서사(Narrative)¹¹⁾의 방식은 시

8) 이익희, 「360 VR(Virtual Reality) 영상의 시야 확장에 대응한 영상 연출에 대한 연구」, 한국과학예술포럼 제25호, 2016, p.300.

9) 안찬제, 앞의 책, 부산대학교 대학원 디자인학과 박사학위논문, 2022, p.52.

10) 김지수, 「사이버 멀미 저감을 위한 VR 애니메이션의 시각적 연출 연구」, 부산대학교 대학원 디자인학과 박사학위논문, 2021, p.57.

11) 스토리텔링(Storytelling)이라 부를 수 있는 형태는 인류의 역사만큼이나 오래되었는데 기본적으로 시간과 장소에 속하는 사건에 대한 커뮤니케이션의 '재배치'의 개념을 지니고 있다. 과학기술에 따른 매체의 발전으로 스토리텔링이라는 용어가 담론화 되기 시작한 것은 미국의 디지털 스토리텔링 페스티벌(The Digital Storytelling Festival)(1995)

작과 끝이 정해져 있는 스테이지 방식의 선형 내러티브(Linear Narrative)와 스토리의 진행을 자유롭게 이동할 수 있는 비선형 내러티브(Non-Linear Narrative), 사용자의 선택에 따라 스토리가 달라질 수 있는 분기 내러티브(Branching Narrative), 분기하되 사용자의 선택에 따라 다양한 스토리를 생성하여 하나의 결과로 이어지는 평행 내러티브(Parallel Narrative) 그리고 마지막으로 무수하게 얹힌 이벤트로 인하여 다양한 선택을 하게 되고 선택에 따라 수많은 결과가 나타나는 동적 내러티브(Dynamic Narrative)가 있다. 이러한 서사의 특징은 앞서 논하였던 상호작용이 가상 현실 애니메이션에 나타나면서부터이다. 상호작용의 가상현실 애니메이션은 사용자의 주체적인 선택에 따라 변화하는 캐릭터의 대사나 행동 그리고 스토리의 비선형적 서사(Non-Linear Narrative)의 형태를 가지게 된다. 비선형적 서사는 분기(Branching)라는 특징을 가지고 있는데, 분기는 사용자가 작품 서사의 변화에 직접적인 참여를 유도하는 지점을 말한다. 가상현실 애니메이션은 사용자의 선택 지점을 만들게 되고, 이에 따라 다양한 형태의 장면이 연출되는 비선형적 서사 형태를 가지게 된다. 각각의 분기에는 사건이 발생하게 되는데, 분기가 늘어날수록 사용자의 선택사항이 많아지고 이에 따른 사건이 증가하여 가상공간에서 사용자의 자유도가 높아지는 특징이 있다. 작품 안에서 사건이 증가한다는 것은 사용자의 직접 참여를 올리는 것과 같다.¹²⁾ 또한 비선형 내러티브는 감상자에게 심리

에서 기존의 '내러티브(Narrative)'대신 사용자가 직접 참여하는 '스토리텔링'으로 용어를 변경하면서부터이다. 내러티브와의 변별성을 가지게 된 것은 기존의 이야기를 실시간으로 재현한다는 점과 다양한 이들과 소통이 가능하다는 기술적 특성으로 인한 것이다. 애니메이션의 경우 상호작용의 활용성이 발전하거나 게임 등의 콘텐츠와 융합되면서 기존의 '내러티브'와 혼용되어져 사용되고 있다. 비교적 단순한 내러티브를 가진 애니메이션이 게임의 상호작용적 속성을 가지며 수용자의 직접적 혹은 쌍방향적 창조의 속성을 필수로 가져야 하는 '스토리텔링'의 속성을 띄게 된 것이다.(류은영, 「내러티브와 스토리텔링-문학에서 문화콘텐츠로」, 인문콘텐츠학회 제14호, 2009, p.9.)

¹²⁾ 손영균, 「게임의 인터랙티브 스토리텔링 서사구조 분석 및 설계 - 캐릭터 중심 스토리텔링 위주로-」, 상명대학교 대학원 게임학과 게임학전공 석사학위논문, 2019, p.6.

적 또는 정서적으로 영향을 미치는데, 작품에서 일어나는 일에 대하여 예측하지 못하고, 이해하지 못하는 상황이 오히려 다양한 정서로 작동하게 된다. 예컨대 사용자가 선택하는 순간 가상 속 캐릭터의 감정이나 사건이 변경되는 시점으로 사용자를 끌어들인다. 이것은 과거와 미래의 사이에 다리를 놓아 사용자가 등장 캐릭터 사이에 정서적 유대감을 형성하도록 만든다. 또는 사용자와의 상호작용을 통하여 행동을 유도하거나 주의를 집중시키고, 제어하는데 이를 통하여 사용자는 어떠한 일이 일어날지 모른다는 기대와 긴장의 감각을 느끼게 한다.

셋째, 작품에 대한 몰입이라는 특징이 있다. 몰입은 실제와 같은 공간에 있음을 느끼며 가상환경에 집중하는 상태를 말하며, 사용자가 현실의 자신을 잊고, 가상현실에서 새로운 정체성을 지니며, 역할을 수행함으로써 가상현실 세계에 대한 신뢰를 형성하는 것을 의미한다. 최초의 몰입개념을 제시한 심리학자인 칙센트미하이 (Csikszentmihalyi)는 사용자가 몰입했을 때의 느낌을 ‘물 흐르는 것처럼 편안한 느낌’과 ‘자유로운 느낌’이라 표현하였고, 트레비노와 웹스터 (Trevino & Webster)는 몰입을 미디어와 상호작용에서 느끼는 사용자의 재미와 즐거움으로 정의하였다. 몰입은 가상현실 애니메이션뿐 아니라 영상을 통해서도 경험할 수 있지만, 가상현실 애니메이션은 사용자들이 입체적인 시각적 이미지를 경험함으로써 평면적 이미지에서 느낄 수 없었던 몰입에 빠져든다. 가상현실 애니메이션은 깊이감과 함께 감각의 폭이 크게 확장되며, 관람객들의 시청각적인 생생함이 강화된다. 즉, 사용자의 오감을 통한 요소들을 부가적으로 이끌어 내면 현실과의 분리를 느낌과 동시에 몰입이 극대화된다.¹³⁾ 몰입은 넓게는 스토리 흐름에 의해 나타나며, 좁게는 시각적인 표현에 의해서 나타난다. 몰입은 가상현실 애니메이션의 이야기 흐름 속에서 서서히 넓어지면서도 깊게

13) 이지혜, 「VR시스템 환경 기술과 사용자 몰입감 요소 분석」, 한국디자인문화학회 제24권 제2호, 2018. p.593.

나타나거나 순간적인 재미나 흥미를 느끼며 나타난다. 가상현실 애니메이션에서 몰입하기 위하여 현실에 존재하는 물체와 동일한 정보를 사용자에게 제공해야 한다. 실제와 같은 자극이 실시간으로 제공되었을 때 또는 자신의 존재를 인식 시키는 대상이나 상황이 나타났을 때 사용자는 현존감(Presence)을 느끼게 된다. 현존감(Presence)은 다양한 미디어에서 나타날 수 있으나 특별히 가상현실 콘텐츠에서 일어났을 때 효과성에 확연한 차이를 두고 있다. 예컨대 평면적 공간의 디스플레이를 통하여 바라만 보던 사용자를 실제 환경으로 끌어들이며, 작품에 대한 여러 가지의 감각을 강화시킨다. 현존감(Presence)은 MIT 인공지능 연구소의 설립자인 마빈 민스키(Marvin Lee Minsky)에 의하여 처음 사용되었다. 그는 다른 공간의 상황을 보고 원격으로 느낄 수 있는 것을 텔레프레즌스(Telepresence)라 명명하였으며, 이것이 현존감(Presence)이라는 용어의 시초이다. 현존감(Presence)은 어떠한 매개된 환경에 있으면서도 매개되지 않는 느낌인 ‘거기에 있다(Being There)’와 같이 느끼는 현상적인 감각으로 정의된다. 경험하고 ‘지각’하는 것을 말하는 것으로 어떤 장소 또는 환경에서의 존재함(being)을 느끼는 주관적 경험으로 정의내릴 수 있다.¹⁴⁾ 실제의 공간에서 사람들을 만나는 것이 아닌 매체로 매개된 환경에서의 소통의 효율성을 설명하기 위해 등장한 개념이 현존감(Presence)이다.¹⁵⁾ 초기 미디어는 드라마나 영화 주인공의 상황에 몰입되거나 스포츠 경기 시청 중 마치 내가 실제 경기장에 존재하는 것처럼 느끼는 경우를 들 수 있다. 즉 ‘진짜’인 실제의 환경이 아닌 인공적으로 미디어가 만들어낸 ‘매개된 환경’을 마치 실제 존재하는 것과 같이 느끼는 주관적인 경험으로 순간 자신이 가상

¹⁴⁾ J. Steuer, “Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence”, *Journal of Communication*, Vol.42 No.2, 1993, pp.6-7.

¹⁵⁾ 박경인, 조창환, 「브랜드의 사회적 실재감 척도개발에 관한 연구: 페이스북을 중심으로」 *광고학연구*, 제26권 제5호, 2015, p.235.

세계에 있다는 것을 잊어버리는 상태를 말한다.¹⁶⁾ 현존감(Presence)은 현실세계와 가상세계의 정보를 융합한 영상이 제시되었을 때, 사용자에게 가상의 공간을 인지, 감정, 행동적 차원으로 경험하게 한다.¹⁷⁾

[표 2] 현존감의 경험적 차원 요인

구분	요인	내용
1	인지	원격자극과 하향식처리를 통하여 조합과 판단
2	감정	대상과의 경험에 따라 비보편적 분석 및 판단
3	행동	가상환경의 경험과 자극에 대한 해석 및 실행

첫째, 인지적 경험의 차원으로서 인간의 뇌는 시신경을 통해서 일련의 신호를 받게 된다. 뇌는 망막에서 온 2차원 데이터 배열을 읽어서 3차원 공간의 인상을 창조한다. 예컨대 뇌는 정신적인 그림 혹은 모형을 구성하는 것이다.¹⁸⁾ 이러한 3차원 공간 인상의 창조를 통하여 비로소 가상현실을 인지¹⁹⁾하게 된다. 뇌는 행동을 순수한 인식으로 내재화하는가를 결정한다. 그런 뇌의 작용에 따라 한 인간의 심리적 삶이나 정신적 스타일이 결정될 수 있다.²⁰⁾ 인간의 인지는 무의식적으로 가상현실 속 단서들을 현실세계에서 가장 있을 법한 물체로 자동조합 한다. 이때 ‘원격 자극’을 해석하여 효과적인 생존과 생산, 그리고 목표에 부합하는 행동을 한다. ‘원격 자극’

16) 정동훈, 『가상현실 개념사전』, 21세기북스, 2017, p.216.

17) 김정규, 「몰입형 가상현실의 몰입, 현존감, 공감의 개념과 하위차원에 대한 논의」, 차세대융합기술학회논문지, 제6권 제2호, 2022, p.204.

18) 스티븐 호킹, 레오나르도 물로디노프, 전대호 역, 『위대한 설계』, 까치, 2010, p.58.

19) '인지'란 감각기관을 통해 모은 정보를 합치고 거르며, 조직화하고 해석해서 감각에 의미를 부여하며, 주관적이면서도 의식적인 경험을 만들어내는 고차원적인 과정이고, 이러한 고차원적인 과정을 통해 인간은 세상을 알게 된다.(제이슨 제럴드, 고은혜역, 『VR BOOK』, 에이콘출판사, 2019, p.106.)

20) 서요성, 『가상현실시대의 뇌와 정신』, 산지니, 2018. P.112.

은 물체나 사건이 자신이 위치한 곳 보다 먼 곳에 일어나거나 존재하는데, 이것을 맥락과 사전지식, 예상 등을 통하여 인지하는 것을 말한다. 즉 이러한 측면에서 가상현실의 사용자는 가상 속에서 일어나는 원격자극인 경험이나 예상을 통하여 인지하게 된다.²¹⁾ 자극의 과정은 상향식처리와 하향식처리로 나눌 수 있는데, 가상현실에서 디스플레이의 픽셀을 접하였을 때, 기계를 머리에 쓰고 있을 뿐이라는 인지는 상향식 처리의 과정이다. 이때 사용자의 지식이나 경험 또는 기대를 기반으로 상향식 처리에서 단지 기계를 쓰고 있다는 것을 없애는 하향식처리가 나타나는 것이다. 가상현실 속 자극이 복잡할수록 하향식처리의 역할이 커지며, 하향식처리를 통하여 사용자가 가상현실에서 경험하는 바를 활용하여 현존감(Presence)을 느끼게 되는 것이다.²²⁾

둘째, 감정적 경험의 차원으로서 인간의 기본적인 감정의 반응으로 살펴볼 수 있다. 감정은 인간의 삶에서 행동을 지배하거나 존재에 대한 의미를 부여하는 것을 말한다. 특정한 감정은 인간의 생존과 연결되는데, 예컨대 공포의 감정은 위험한 요소를 피하도록 만들고, 애정의 감정은 집단을 형성하며 사회를 만들어 낸다. 또는 타인을 이해하는 감정(공감)은 사회적인 유대관계를 형성하도록 만든다. 인간의 감정은 지각한 일련의 상황에 대하여 긍정적이거나 부정적인 느낌에 대하여 평가하고, 반응한다. 이러한 측면에서 지그문트 프로이트(Sigmund Schlomo Freud)는 정신의 무의식과 의식을 연결하는 것을 감정이라고 말한다. 예컨대 오래전에 보았던 영화나 책에 대한 내용을 생각할 때, 우리는 전의식으로부터 정보를 전달받고, 의식에서 사고하거나 지각한다. 이때 무의식으로부터 소망이나 충동 또는 경험 등을 감정을 통하여 전달받는다. 감정을 통하여 해석되는 무의식은 인간 행동에 대한 인과적 요인인 것이다. 특히 이는 과학적인 차원에

21) 제이슨 제럴드, 고은혜역, 『VR BOOK』, 에이콘출판사, 2019, p.105.

22) 제이슨 제럴드, 고은혜역, 앞의 책, 2019, p.107.

서 설명할 수 있는데, 시상을 통하여 감각의 정보를 획득하고, 이러한 정보는 편도체로 이동한다. 편도체로 이동한 정보는 시향하부를 통하여 무의식적인 평가와 행동을 일어나게 한다. 예컨대 반사적인 표정이나 동작을 뜻한다. 또한 동시에 감각피질로 이동시키고 해마로 연결하면서 보다 의식적인 차원의 행동을 유발한다. 이러한 행동은 예컨대 무의식과는 다른 표정이나 동작을 취하는 것을 뜻한다. 이렇듯 감정은 경험을 반영하여 일어나기에 가상현실 미디어의 경험에 따라 다르게 나타난다. 가상현실 사용자는 가상 속 타인의 생각이나 다른 개체의 감정, 경험, 관점에 대하여 개인적으로 분석하고, 받아들인다. 가상현실에서의 감정적인 경험의 차원은 비보편적이며, 사회적 심리와 연결되어 있기에 타인(또는 타자)와의 관계를 형성한다. 이러한 관계는 인간의 주관적인 분석과 판단을 이끌고 결국 현존감(Presence)을 불러일으키게 된다.

셋째, 행동적 경험의 차원으로서 앞서 살펴본 인지, 감정의 결과물로 시각을 통하여 인지되고, 해석된 감정이 행동을 이끈다. 행동은 인지에 따라 처리되기도 하고, 지나치기도 한다. 오직 관찰만 하는 경우와 행동까지 가는 경우가 그러하다. 예컨대 가상 속의 나비를 보았을 때, 단순히 감상만 할 것인지, 나비를 잡으려고 손을 뻗는지와 같다. 인간의 행동은 인식을 통한 상호작용을 통하여 나타나는데, 가상현실의 기능이 이러한 인간의 행동의 변화 과정을 촉진 시키는지는 현재까지 현상학적 측면으로 관찰된다. 특히 인간의 행동은 외·내부요인 등으로 인하여 쉽게 바꿀 수 없는데, 외부적 요인은 환경이나 경제 및 사회적 규범이 해당하고, 내부는 개인의 가치 혹은 태도, 정서적 개입이 해당한다. 이러한 인간 행동의 항상성의 특성으로 가상현실에서의 행동에 대한 자율성의 장벽으로 작용한다. 이 때문에 가상현실에서의 행동적 경험은 자기표현과 가상의 신체에 대한 소유권의 환상으로서 나타난다. 예컨대 가상의 분신이 이에 해당한다. 가상의 분

신 즉 아바타(Avatar)는 사용자의 행동에 가장 큰 영향을 미친다. 가상 신체 소유의 환상(illusion of virtual body ownership, IVBO)은 가상 속에 나타난 아바타의 신체가 자신의 일부라고 착각하는 것을 말한다. 이러한 체험의 감각은 현상학적 자기 위치(신체 내부에 존재하는 공간적 경험이나 행위의 주체로 신체의 소유권을 자신에게 귀인 하는 것)와 함께 나타난다. 특히 아바타가 실제 인간과 같이 의인화하여 예측이 가능하고, 실제 신체의 행동과 동시성을 가질 경우 더욱 높은 현존감(Presence)을 일으키는 것이다. 이러한 행동과 관련한 이론 중 하나가 프로테우스 효과(Proteus effect)²³⁾이다. 스탠포드 대학의 닉 이(Nick Yee)(2007)에 따르면 변형된 자기 표상이 행동에 미치는 영향에 대한 연구에서 온라인 게임이나 웹 커뮤니티 혹은 채팅에서도 디지털 자기표현을 쉽게 경험할 수 있다. 자기표현에 따라 인간의 실제 행동이 얼마나 변할 수 있는지에 대하여 실험하였는데, 그 결과 가상공간에서 매력적인 캐릭터의 역할을 부여받은 사용자가 그렇지 못한 그룹보다 사회적 상호관계에서 보다 친밀하였음이 나타났고, 매력적인 캐릭터를 할당받은 그룹의 사용자들이 그렇지 못한 그룹의 사용자보다 더욱 과감하고, 자신감 있게 행동하였음을 결론 내었다.²⁴⁾ 즉 가상 공간에서의 사용자의 정체성이 현실에서의 행동 변화를 촉진하는 것이다. 인간의 현존감(Presence)을 인지, 감정, 행동적 차원으로 분석한 사례로 피에르 라임보 외7인(2022)의 연구가 있다. 그는 가상현실에서 현존감(Presence)을 느끼게 하는 원리를 가상의 공간의 군중시선효과(Stare-in-the-crowd effect)²⁵⁾로 논의하였다. 즉 가상공간에서의 군중시선효과를 밝힘

23) 프로테우스 효과(Proteus effect)란 상이한 내심과 본성을 가진 인간에게 그들의 주관적 가치 판단으로 하여금 행동을 바꿀 계기를 만들어줄 수 있다는 것이다. 예컨대 키가 작은 사람에게 키가 큰 캐릭터 역할을 하도록 만들면 그들은 마치 키가 큰 사람인 것 같은 감정을 느끼며 그에 따른 자신감과 행동이 나타난다.

24) N. Yee, J & Bailenson, "The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior", Human Communication Research Vol.36 No.2, 2007, p.285.

으로써 가상 속 인간의 사회적 상호작용관계 형성을 통한 현존감(Presence)의 효과를 논하였다.²⁶⁾ 사용자의 관점에서 가장 보편적으로 분류되는 것은 미시간 주립대학교(Michigan State University)의 캐리 히터(Carrie Heeter)가 제시한 세 가지 현존감(Presence) 분류이다.

그에 따르면 첫째, 개인적 현존감(Personal Presence)으로 주관적이며, 실제 현실을 인지하는 시뮬레이션적인 감각을 말한다. 매사추세츠 공과대학교(Massachusetts Institute of Technology: MIT)의 하워드 라인골드(Howard Rheingold)는 ‘로봇머리 실험’을 통하여 인간은 자신의 경험과 타인의 관찰을 기반으로 현존감(Presence)을 느낀다고 말하였다. ‘로봇머리 실험’은 피험자가 머리를 움직였을 때, 로봇이 따라 움직이고, 피험자가 고글을 통하여 로봇이 바라보는 화면을 바라보는 상황의 실험이다. 그는 실험 결과 "고해상도 비디오나 입체적 음질의 오디오보다 로봇의 움직임과 인간의 움직임이 밀접하게 제어되도록 만들어주는 컴퓨터의 개발이 더 중요하다"라고 말하였다. 즉 현존감은 개인의 경험적 측면에 초점이 맞추어져 현존감 유지의 가장 중요한 요소로서 작용한다는 것이다.²⁷⁾

둘째, 환경적 현존감(Environmental Presence)이 있다. 가상의 공간에 도구나 물건이 사용자를 인식하여 영향을 끼치는 것에 따른 현존감(Prese

25) 군중시선효과란 1995년 심리학자 마이클 그루나우(Michael von Grünau)에 의해 발견된 것으로 사회적 상호작용에서 시선의 응시의 중요성에 대한 효과이다. 인간의 시선 응시는 친밀감을 표현하거나 분노와 적개심을 표현하는 인지적 자극으로 사회적인 감정의 조절을 하는 역할을 가지고 있다. 특히 군중에서 응시하는 시선은 시각적 검색작업(The visual search task)에 따라 하나 이상의 주의를 가져야 하는 환경에서 모든 자극의 입력을 동시처리가 되지 않는 인간은 시각적 주위에 따른 선택된 자극으로 인간은 이러한 자극을 한정하고 신호를 강화하며 제한하게 된다. 그루나우는 선택된 자극에 대하여 주시된 군중의 시선회피의 몰입보다 회피된 군중 주시의 표적이 비교적 빠르게 감지되는 것을 발견하며, 회피된 시선보다 지향된 시선을 더 자주 오랜 시간 동안 알아차리고 관찰하는 인간의 경향을 가지고 있다는 것을 확인하였다.

26) R. M. Cooper & A. S. Law & S. R. H. Langton, "Looking back at the stare-in-the-crowd effect: Staring eyes do not capture attention in visual search", *Journal of Vision*, Vol.13 No.6, 2013, p.4.

27) H. Rheingold, *Virtual Reality*, Summit Books, 1991, p.264.

nce)으로 3D 그래픽의 게임의 경우, 사용자의 존재를 완전히 인식하지 못하고 비논리적인 상황을 보여준다. 예컨대 지나가는 사용자의 몸을 통과하는 물체나 의도하지 않았으나 공중에 떠다니는 물체 등은 사용자의 현존감(Presence)을 떨어뜨리게 된다. 현재에는 가상현실의 시뮬레이션 활용으로 비교적 현실과 같은 적절한 반응을 나타내는데, 현실보다 다양한 반응이 가상세계에서의 현존감(Presence)을 높인다. 예컨대 현실에서 조종할 수 없는 날씨나 공간의 디자인 등을 직접 움직여 조종하는 것이 존재감을 향상시키는 것이다.

셋째, 사회적 현존감(Social Presence)은 가상의 캐릭터와 상호작용할 때 캐릭터와의 상호작용을 통한 현존감(Presence)으로 현실의 사회적 구성과 같이 가상의 사회를 만들고, 이를 통하여 타인과 소통을 하며, 현실과 같은 인식을 갖게 되는 것이다. 예컨대 가상의 공간에 1인칭 시점으로 혼자 남겨진 사용자가 자신의 존재에 대한 의구심을 품게 되는데, 이러한 이유로 사회적 현존감(Social presence)은 적어도 2명 이상이 상호작용을 이루어야 한다. 가상현실 애니메이션의 경우 가상의 캐릭터와 사용자간의 대사나 행동이 그 역할을 한다. 예컨대 1992년 VPL은 가상세계에서 돌아다니며, "Pick me up"이라는 대사를 반복하도록 프로그래밍 된 캐릭터를 만들었다. 사용자가 캐릭터를 주워 던지면 끊임없이 나타나 던져달라고 부탁하는 캐릭터였는데, 반복적 행동은 다소 지루하거나 게임 플레이의 방해 요소일 수 있었으나, 예상과 달리 사용자는 캐릭터와의 반복적인 상호작용에 따라 현존감(Presence)의 강도가 상승하였다. 즉 창조된 사회적 현존감(Social presence)으로 캐릭터의 존재와 사용자의 존재감의 강도가 연결된다는 것을 증명한 것이다.

2. 선행연구

현재 가상현실 애니메이션은 예술과 기술의 융합이라는 매체의 특성으로 의료, 교육, 문화 등 다양한 활용의 형태를 보인다. 이러한 가상현실 애니메이션의 가치는 앞으로도 지속적인 발전과 변형이 있을 것으로 예상되며, 이에 따라 가상현실과 애니메이션의 특성 활용의 분석이 필요하다. 그 중 현존감(Presence)이라는 특성은 가상현실의 다양한 분야에서 그 효용성의 가치를 인정받았다. 가상현실의 사용자는 타자가 자기를 인정하고, 공감함으로써 가상 속 자기의 가치가 확인받게 되며 이것이 현존감(Presence)의 효과이다. 인간은 누군가 자신에게 집중하지 않거나 소외당하게 될 때 자신의 존재를 의심하게 된다. 가상현실에서 이와 마찬가지로 타자의 공감과 몰입으로 자아감(Sense of Self)이 있는 세계여야 그 안에서 자기 존재와 가치를 확립시켜주는 것이다. 현존감과 관련한 선행연구들은 개념의 명확화를 위한 정립과 요인의 영향성에 관한 연구가 이루어지고 있다. 특히 최근의 가상현실의 등장으로 초기의 환경적 요인에 초점을 맞추어 연구했던 것과 반해 사용자의 내적 요인에 따른 현존감(Presence)을 분석하는 연구가 나타났다. 먼저 현존감(Presence)의 개념적 연구에 대하여 슬레이터와 우소(Slater & Usoh)²⁸⁾는 현존감은 내인적(Endogenous)과 외인적(Exogenous)으로 구분할 수 있다고 말한다. 첫 번째의 외인적 요인은 현존감(Presence)을 얻는 환경적 조건이며, 두 번째의 내인적 요인은 사용자마다 다른 현존감(Presence)의 특성이라는 것이다. 예컨대 외부에서 제공된 환경적 요소는 내인적 요인에 따라 개인의 차가 크고, 불명확한 형태로 나타날 수 있다. 이 때문에 가상현실의 현존감에 대한 연구는

²⁸⁾ M. Slater & M. Usoh, "Representations systems, perceptual position, and presence in immersive virtual environments", Presence: Teleoperators and Virtual Environments, Vol.2 No.3, 1993. p.224.

내인적 속성인 개인이 현존감(Presence)을 느끼며 처리되는 과정에 초점을 맞추는 것이 중요하다. 미국 템플 대학의 매튜 롬바르드와 테레사 디튼(Lombard & Ditton)은 1997년 '존재'를 통한 현존감에 대하여 "비 매개에 대한 지각적 착각"(Perceptual illusion of non-mediation)"이라고 정의하였다. 자연적 인식은 인간 신체에 의하여 매개되고, 감각은 세계의 물리적 현상에 접근할 수 없다. 가상 세계에 대한 면밀한 분석은 지각적 착각으로서의 현존감과 관련한 체계적인 연구가 필요하다고 주장하였다.²⁹⁾ 그리고 마르틴 슈에미(Martijn J. Schuemie)는 가상현실 인간의 존재에 대하여 가상 자극과 감정적 반응 실험을 통하여 현존감(Presence)의 요소를 설명하였다. 실험자들의 존재감을 만드는 데 중요한 것은 원인의 유형, 생생함 정도, 상호작용, 사용자의 특성과 경험 등으로 밝혀졌다. 특히 상호작용성은 가장 큰 영향을 미쳤고 여기에는 공감의 작용하고 있음을 주장하였다.³⁰⁾ 송미숙(2015)은 시각적 착각성과 수용자의 몰입, 현존감과 관계 연구를 통해 수용자의 정서적, 심리적 반응을 이끌기 위한 요소인 시각적 착각성이 현존감에 매우 밀접한 관계가 있음을 밝혀내었으며,³¹⁾ 권종산(2017)은 실감형 가상현실 콘텐츠를 활용한 경험학습에 관한 연구를 진행하였다. 그에 따르면 가상현실 콘텐츠의 기술이 가상환경에서 궁극적으로 추구하는 '현실'과 같은(현존감) 경험적 구현은 몰입의 영향 요소로 결정된다. 몰입의 영향 요소는 접촉이나 이동에 의한 상호작용, 시뮬레이션의 사이버 멀미, 재미와 공감을 위한 상상 및 도전적 요소 등을 도출하

29) M. Lombard & T. B. Ditton, "At the heart of it all : The concept of presence", Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.3 No.2, 1997.

30) M. J. Schuemie & P. Van Der Straaten & M. Krijn & C. A. van der Mast, "Research on Presence in Virtual Reality: A Survey", Cyber Psychology & Behavior, Vol.4 No.2, 2001, p.199.

31) 송미숙, 「3D디지털 애니메이션에서 시각적 착각성이 수용자의 현존감(Presence)에 미치는 영향」, 중앙대학교 첨단영상대학원 영상예술학과 애니메이션이론 전공 박사학위논문, 2015, p.124.

였다. 또한 그는 이러한 요소들의 전체적인 영향 관계의 설정과 검증이 실험적으로 이루어져야 한다고 제언하며 가상현실의 현존감에 대한 연구의 중요성을 말하였다.³²⁾ 또한 양지현(2019)은 가상현실의 예술 콘텐츠를 이용하여 예술 작품을 이해하는 것에 있어 현존감(Presence)이 영향을 끼친다는 밝혔다.³³⁾ 백란이(2021)는 가상현실의 현존감과 상호작용, 지각된 유용성, 재미, 교육만족관계 사이의 구조적 관계에 대해 연구하였다. 가상현실의 현존감 및 상호작용과 교육만족 사이에서 지각된 유용성과 재미의 매개역할을 검정하였으며 현존감과 상호작용은 모두 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미친다는 결론을 얻었다. 가상현실을 통하여 얻는 느낌의 정도가 높을수록 가상현실을 즐기는 데 큰 영향을 주며, 현존감과 상호작용의 경험수준이 높을수록 지각된 유용성이 증가한다.³⁴⁾

[표 3] 현존감 요소 관련 선행연구 분석표

연도	저자	연구내용
1993	Slater&Usoh	가상 환경에서 사용자의 현존감에 기여할 수 있는 요소
1997	Lombard &Ditton	가상현실 사용자의 존재감과 현존감 연구의 필요성
2001	Martijn Schuemie	가상현실에서 존재감 형성에 필요한 현존감의 요소
2015	송미숙	시각적 촉각성과 수용자의 몰입 및 현존감관계의 연구
2017	권종산	현존감 구현을 위한 몰입의 영향성 연구
2019	양지현	가상현실 예술콘텐츠의 현존감 영향성
2021	백란이	현존감의 구조적 관계성

32) 권종산, 「실감가상현실을 활용한 경험학습의 게임 콘텐츠의 개발 및 평가에 대한 연구」, 서울대학교 융합과학기술대학원 융합과학부 디지털정보융합전공 박사학위논문, 2017, p.192.

33) 양지현, 「가상현실 기반 예술 콘텐츠에서작품의 이해와 관심에 미치는 현존감의 영향」, 홍익대학교 대학원 문화예술경영학과 석사학위논문, 2019, p.53.

34) 백란이, 「항공서비스학과 교육에서의 VR 현존감과 상호작용이 교육만족도에 미치는 영향 : 지각된 유용성과 지각된 재미의 매개효과」, 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과 박사학위논문, 2021, p.5.

3. 연구목적 및 문제

가상현실의 현존감(Presence)은 미디어를 수용하는 사용자의 심리적 변화를 가져왔다. 현재 기술의 발전으로 현존감(Presence)을 느끼는 뇌의 파동을 분석하여 실재를 경험하였을 때와의 차이를 측정하는 것으로써 현존감(Presence)의 원리 및 형태를 분석하려는 시도가 나타나고 있다. 전 세계적으로 현존감(Presence)을 연구하는 ISPR(International Society for Presence Research)학회는 공식적으로 현존감(Presence)의 측정 기준을 주관적 측정과 객관적 확증의 측정으로 분류하였다. 주관적 측정의 경우, 설문지나 지속적인 평가, 정성적 측량, 정신 생리학적 측정 등이 속한다. 설문지의 경우 총 29가지의 설문 방법으로 각각의 가상환경 속에서 사회적 존재를 측정하거나 상호작용을 통한 교육의 효과성 그리고 사이버 존재에 대한 심리학적 고찰을 기반으로 나타났다. 정성적인 측정의 경우 약 11가지의 측정 방법이 있으며, 동영상을 감상한 후 평가를 진행하거나, 프로그래밍을 통한 대화법, 경험의 표본 추출, 포커스 그룹 관찰 및 탐색, 자유형식의 보고서 등이 이에 속하였다. 객관적인 확증의 경우, 심박 수와 혈압 등 정신 생리학적인 면을 측정 및 분석하였으며, 뇌파와 혈류의 변화와 같은 신경 상관관계 측정이 이에 해당하였다. 또한 행동학적 관찰을 토대로 표정이나 반응을 통하여 행동적 측정이 객관적 측정에 속한다.³⁵⁾

이와 같이 현존감(Presence)의 객관적인 측정의 기준은 과학적 측면으로 분석되고 있으나, 감정적 측면의 연구는 사용자의 경험을 직접적인 인터뷰나 설문지를 통하여 분석하는 형태로 측정 도구가 다소 제한적이며, 정의에 대한 모호성이라는 한계로 매우 광범위하게 논의가 다루어지고 있다. 예컨대 인간의 실질적인 사회성의 원리나 정서적인 감정이 가상으로 만들

³⁵⁾ ISPR(International Society for Presence Research), www.ispr.info.

어진 대상에게 어떻게 전이되는지, 어디까지 전이될 수 있으며, 정서적인 친밀감은 어떻게 형성되는지 등에 대한 구조적 형태가 명확하지 않다. 특히 인간 정서(Affect)에 대한 심리적 측면은 매우 복잡하고, 다양한 상호작용의 범주에 있기 때문에 인공적이고, 한정적인 가상의 대상이 인간에게 현실과 같은 사회성을 주느냐는 고차원적인 문제이다. 이러한 시점에서 가상현실은 사용자가 상호작용을 통하여 어떻게 느끼고 지각하는지, 또 어떤 대상에게 현실과 같다고 느끼는지와 같이 현존감(Presence)의 감정적인 측면의 연구가 진행되어야 한다. 따라서 이러한 연구 동향에 따라 본 연구는 앞서 살펴본 인지, 감정, 행동의 요인 중 정서(Affective)적인 측면인 감정요인의 현존감(Presence)의 측정 기준을 명확화 할 수 있는 심리학적 이론의 적용 가능성을 탐구하고자 한다. 현존감은 앞서 보편적으로 경험의 차원에서 개인적 현존감, 환경적 현존감, 사회적 현존감(Social presence)으로 분류하였다. 이 중 정서적인 측면의 감정 요소에 따라 나타나는 사회적 현존감(Social presence)의 요인을 통하여 분석하고자 한다. 기존의 측정도구에 대한 모호성의 이유는 측정 시 연구자의 주관성이 다소 많이 내포되어 있으며, 현존감(Presence)이라는 용어의 정의와 개념이 혼재되어 있다는 문제로 인한 것이다. 따라서 본 연구자는 측정도구의 기준으로서 심리학 이론인 자기심리학(Self Psychology)을 제시하여 논의하고자 한다. 자기심리학(Self Psychology)은 앞서 이론적 배경에서 살펴본 바와 같이 하인즈 코헛(Heinz Kohut)이 임상실험을 통하여 대상에 대한 인간의 주관적 경험 현상을 자기대상(Selfobject)이라는 개념으로 정리한 이론이다. 자기대상(Selfobject)은 외부적인 것이 아닌 타자와의 경험에서 내 안에서 주관적으로 설정하는 대상이다. 따라서 모든 자기대상(Selfobject)이 같을 수 없으며, 여러 자기대상(Selfobject)이 혼합적으로 나타나기도 한다. 자기대상(Selfobject)은 살아있을 수도 있고, 물건일 수도 있고, 인간

이 아닐 수도 있다. 또한 인간은 태어날 때부터 죽을 때까지 건강한 자기(Self)를 구성하기 위하여 자기대상(Selfobject)을 필요로 하며, 자기대상(Selfobject)은 인간과의 공감을 유발하며 인간이 자기를 확립하도록 만든다. 예컨대 키가 작은 것이 불만인 사람에게 자기대상(Selfobject)은 공감과 해결책을 유발시킬 수 있다. 자기대상화 된 대상은 전부 혹은 부분적으로 인간과 세 가지의 전이를 일으킨다. 전이는 자기대상(Selfobject)과 경험했던 것을 기억하며 무의식적으로 표상되도록 만들고, 곧 자기 자신의 가치를 확립이라는 결과로 이끈다. 가상현실의 사용자도 사회적 현존감(Social presence)을 통하여 자기 존재를 확립하는데, 이러한 측면은 마치 자기심리학의 자기대상(Selfobject) 요소와 인간이 관계적 측면에 따라 정서적인 효과를 보이는 것과 유사성을 보인다. 이러한 논점에 따라 감정적 경험 측면의 현존감(Presence)인 사회적 현존감(Social presence)의 요소를 자기대상(Selfobject) 이론의 기준을 적용 및 제시하고자 한다. 본 연구의 목적은 학문적으로 가상현실의 정서적인 현존감(Presence)의 효과를 측정하는 것에 이론적 근거를 마련할 수 있으며, 사회적으로 현존감(Presence)의 측정을 통하여 가상현실 미디어의 정서적 효과 강화를 통한 매체의 품질 개선을 도모할 수 있다. 이어 본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

[표 4] 연구문제

-
- 연구문제 1. 현존감 요소는 가상현실 요인과 유의미한 영향이 있는가?
 - 연구문제 2. 자기대상 요소는 가상현실 요인과 유의미한 영향이 있는가?
 - 연구문제 3. 자기대상 요소는 현존감 요소와 유의미한 영향이 있는가?
 - 연구문제 4. 가상현실 요인과 자기대상 및 현존감은 유의미한 영향이 있는가?
-

첫째, 현존감 요소가 가상현실 애니메이션의 요인인 상호작용, 주체성, 몰입과 연계성을 가지는지에 대한 문제이다. 앞서 가상현실 애니메이션은 현존감(Presence)을 통하여 몰입과 집중을 얻을 수 있다는 연구결과가 나타났다. 특히, 인간의 신체 및 인지적 차원으로 현실과 같은 환경이나 시각적 요소는 다양한 연구로서 나타나고 있으나, 인간의 복잡한 심리적 차원에서의 현존감(Presence)의 분석은 각각의 주관적 경험과 배경지식 등으로 인하여 다소 제한적이라는 문제가 있다. 이러한 측면에 따라 현존감(Presence)의 사회적이고, 정서적인 요소와 가상현실 애니메이션의 상호작용, 주체성, 몰입의 요소를 연계하여 살펴보도록 한다.

둘째, 자기대상(Selfobject)의 요소가 가상현실 애니메이션의 요인과 연계성을 가지는가에 대한 문제이다. 현존감(Presence)의 측정도구 기준으로 제시한 자기심리학의 자기대상(Selfobject)이 가상현실의 상호작용, 주체성, 몰입의 요소를 분석 및 도출하는 것에 타당성 가지는지에 대한 확인을 위해 자기심리학의 이론적 근거와 이에 따른 요인을 가상현실 애니메이션의 요인과 연계하여 살펴보도록 한다. 특히 자기대상(Selfobject)의 요소는 인간의 주관적 경험에 따른 임상적 연구 결과에 따라 도출된 이론적 개념을 토대로 가상현실 애니메이션의 상호작용, 주체성, 몰입의 요소와 연계하여 살펴보도록 한다.

셋째, 가상현실 애니메이션의 현존감 요소와 자기대상(Selfobject)요소의 특성이 유의미한 영향이 있는지에 대한 문제이다. 자기대상(Selfobject)은 자기(Self)의 안에서 일어나는 무의식적인 형태이며, 가상의 대상이라 할지라도 자기대상(Selfobject)으로의 역할을 수행할 수 있기에 현존감의 특성을 자기심리학으로 도출 및 분석한다. 이러한 논의는 현실과 존재에 대한 논제를 현실의 이론적 측면으로 분석함으로써 보다 근본적인 차원인 존재의 문제에 접근하여 살펴볼 수 있다.

4. 연구방법 및 구성

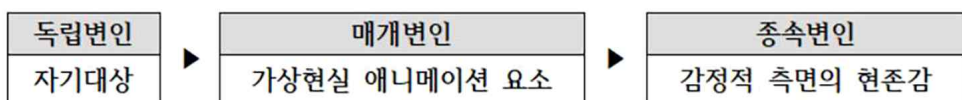
가상현실의 현존감(Presence)으로써 자기대상(Selfobject)의 요소에 대한 연구방법은 다음과 같다.

1) 사례 작품 선정

가상현실에 나타난 현존감과 자기대상(Selfobject) 요소를 도출하기 위한 미디어 중 상호작용이 가능한 몰입형태의 가상현실 애니메이션 작품을 사례작품으로 선정한다. 특히, 대상과의 관계를 통한 감정적 경험 측면의 현존감과 관련하여 가상현실 애니메이션 작품의 사용자가 1인칭 시점에서 내용상의 역할을 부여받고, 작품과 직접 상호작용하면서 비선형적 서사구조의 주체적인 진행을 이룬다는 조건을 갖춘 작품을 선정한다.

2) 변인 설정

본 연구의 대상인 자기대상(Selfobject)을 연구의 독립변인으로 설정하며, 영향성과 관련하여 가상현실 애니메이션 요소를 매개변인으로 설정한다. 또한 자기대상(Selfobject)과 현존감 요소의 상관관계를 분석하기 위하여 감정적 경험 측면의 현존감 요소를 종속변인으로 설정한다.



[그림 1] 연구의 변인 설정

3) 이론적 배경과 논거 명시

본 연구의 논점을 파악하기 위하여 가상현실 애니메이션의 존재와 자기심리학의 자기대상(Selfobject) 그리고 감정적 측면의 현존감에 대한 이론적 배경을 명시함으로써 자기대상(Selfobject)과 현존감 연구에 대한 논지를 제시한다. 이어 가상현실과 현존감 그리고 자기대상(Selfobject) 요인의 상관관계를 고찰하고, 현존감과 자기대상(Selfobject)의 요인에 대하여 적용하여 고찰함으로써 자기심리학 이론의 현존감 적용에 대한 논거를 명시한다.

4) 사례작품 요소 분석 및 도출

앞서 선정한 가상현실 애니메이션 사례 작품의 장면을 사용자와의 상호작용 측면으로 분류한다. 분류한 장면에서 감정적 측면의 현존감 요소와 자기대상(Selfobject)의 역할을 하고 있는 가상 속 대상을 자기대상(Selfobject) 요소로서 분석 및 도출한다.

5) 효과성 검토

분석 및 도출한 가상현실 애니메이션의 현존감 요소의 자기대상(Selfobject) 효과에 대한 타당성을 검토하기 위하여 본 연구의 사례 작품인 가상현실 애니메이션을 체험한 후, 사용자의 지각, 감정, 소망에 대한 자기대상(Selfobject)의 분석 설문문항을 적용한다. 이러한 설문 분석 결과를 현존감의 이론적 논의와 함께 영향성을 검토한다.

6) 결론 및 제언

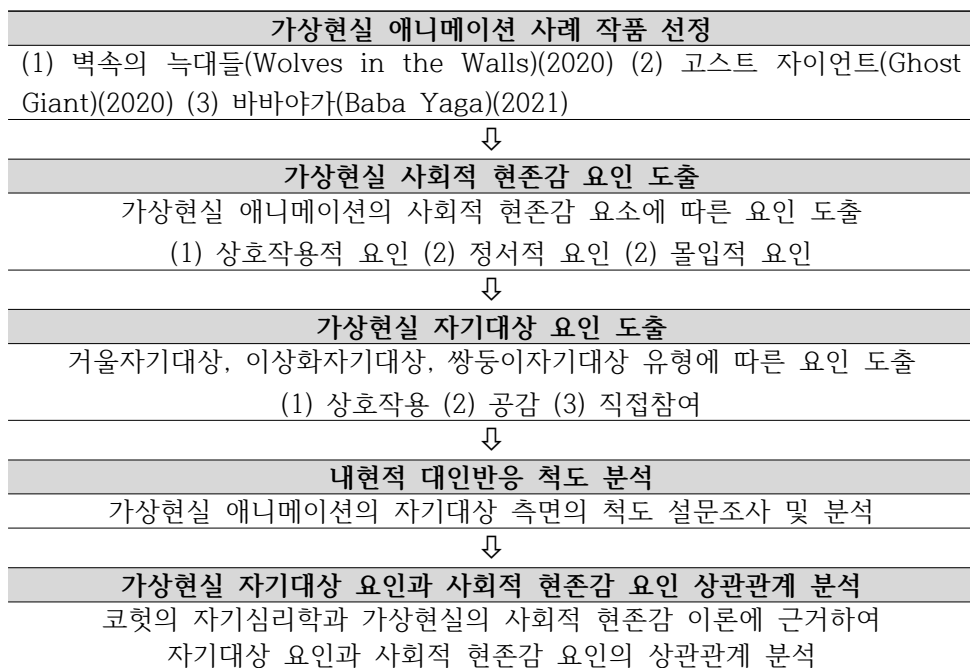
가상현실 애니메이션의 현존감 및 자기대상(Selfobject) 요소의 상관관계를 이론적 논거를 통하여 고찰하고, 이를 바탕으로 본 연구의 논점과 현존감 측면의 자기대상(Selfobject) 요소에 대한 제언 및 결론을 명시한다. 본 연구의 구체적인 구성은 다음과 같다. I 편의 서론은 전반적인 연구의 설계를 명시한다. 1장 연구배경은 가상현실의 상호작용, 주체성, 몰입 측면의 구성요소와 현존감과 관련한 인지, 감정, 행동적 구성요인을 연구의 배경으로 논의하며 감정적 경험 측면의 현존감 연구의 필요성에 대한 논점을 제시한다. 2장 선행연구는 현존감과 관련한 선행된 연구 및 논의에 대하여 살펴본다. 3장 연구목적 및 연구문제는 본 연구의 논점인 현존감 측정기준과 자기심리학의 자기대상(Selfobject) 적용에 대한 문제를 명시하며, 4장 연구방법 및 구성은 연구의 전반적인 논의에 대하여 전개한다. II 편의 이론적 배경은 가상현실의 현존감과 자기대상(Selfobject)의 관계를 이론적 문헌고찰을 살펴봄으로써 타당성에 대한 검토를 진행한다. 1장 가상현실의 사회적 현존감(Social presence)과 자기대상(Selfobject) 이해는 가상현실 속 존재에 대한 이론적 고찰을 명시한다. 또한 가상현실의 요인과 사회적 현존감(Social presence) 및 자기대상(Selfobject)의 관계를 문헌 및 선행연구를 분석하여 살펴본다. 1절 가상현실과 존재는 가상현실의 존재에 대한 문헌적 고찰을 명시함으로써 가상과 현실의 구체적인 개념을 제시하고, 이어 2절 가상현실과 사회적 현존감(Social presence)은 가상현실의 구성요인인 상호작용, 주체성, 몰입과 사회적 현존감(Social presence)의 구성요소의 상관관계에 대하여 이론적 고찰을 통하여 가상현실 매체와 사회적 현존감(Social presence)의 연구 가능성에 대하여 검토한다. 3절 가상현실과 자기대상(Selfobject)은 위 논의와 같이 가상현실의 구성

요소와 자기대상(Selfobject) 요소의 상관관계를 이론적 고찰을 통하여 명시하고, 가상현실과 자기대상(Selfobject) 연구의 가능성에 대하여 제시한다. 2장 자기심리학의 자기대상(Selfobject) 이해는 자기심리학의 개념적 이해와 특성에 대하여 살펴본다. 1절 자기심리학의 자기대상욕구는 자기대상(Selfobject)과 인간의 관계에 대한 기본적인 원리로 가상현실 사용자와 가상의 대상에서 자기대상(Selfobject)을 도출 및 분석하는 것에 대한 이론적 배경을 제시한다. 2절 자기심리학 자기대상전이의 구조 및 기능은 인간의 자기대상(Selfobject)에 대한 요인으로 문헌 및 선행연구를 고찰하여 자기대상(Selfobject) 출현에 대한 구조 및 원리를 탐색한다. 3절 자기대상(Selfobject)의 특성은 자기심리학의 거울자기대상(Mirroring Selfobject), 이상화자기대상(Idealization Selfobject), 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)을 제시하여, 사례 작품의 도출 대상에 대한 특성에 대하여 명시한다. 3장 사회적 현존감(Social presence) 측면의 자기대상(Selfobject)은 앞서 1장과 2장의 논의를 토대로 사회적 현존감(Social presence)과 자기대상(Selfobject) 요소의 상관관계를 이론적으로 고찰한다. 1절 대상을 통한 상호작용은 사회적 현존감(Social presence) 측면의 상호작용과 자기대상(Selfobject)의 자기와 대상과의 상호작용에 대한 연계성을 이론적 고찰을 바탕으로 명시한다. 2절 정서적 교류를 통한 공감은 사회적 현존감(Social presence) 측면의 정서적 요소와 자기대상(Selfobject)의 타인에 대한 공감의 연계성을 이론적 고찰을 바탕으로 명시한다. 3절 사회적 몰입을 통한 직접참여는 사회적 현존감(Social presence) 측면의 몰입적 요소와 자기대상(Selfobject)의 능동적인 의지를 통한 직접적인 참여의 연계성을 이론적 고찰을 바탕으로 명시한다. Ⅲ편의 가상현실 애니메이션의 사회적 현존감(Social presence)과 자기대상(Selfobject)은 이론적 배경의 논의를 바탕으로 사례 작품에 나타난 사회적 현존감(Social presence)과

자기대상(Selfobject)요소를 도출 및 분석한다. 1장 가상적 대상의 사회적 현존감(Social presence)은 사례 작품의 장면에서 사회적 현존감(Social presence) 요소에 따라 분석 및 도출한다. 1절 가상적 대상의 상호작용 요인은 사용자와 상호작용을 통한 장면과 내용을 도출한다. 2절 가상적 대상의 정서 요인은 작품에 등장한 대상과 사용자의 정서적인 진행에 초점을 맞추어 도출하며, 3절 가상적 대상의 몰입적 요인은 사용자가 가상 속에서 능동적이고 직접적인 참여를 통한 장면을 분석 및 도출한다. 2장 가상현실 애니메이션의 자기대상(Selfobject) 요소는 사례 작품에 나타난 장면과 내용을 자기대상(Selfobject) 측면으로 분석 및 도출한다. 1절 가상현실 애니메이션의 거울자기대상(Mirroring Selfobject)은 사용자가 가상의 대상을 따라하는 반향적 요소를 도출한다. 가상현실 애니메이션의 이상화자기대상(Idealization Selfobject)은 사용자가 가상의 대상에게 선망 또는 의지할 수 있는 요소를 도출하며, 3절 가상현실 애니메이션의 쌍둥이 자기대상(Twinship Selfobject)은 감정 및 행동 그리고 존재에 대한 일치성을 띠는 요소를 분석 및 도출한다. 이어 3장 가상현실 애니메이션의 자기대상(Selfobject) 효과의 타당성은 이론적 논거를 토대로 분석한 위 도출 요소를 하인즈 코헷의 측정 기준에 따라 제시한 설문문항을 가상현실 매체로서 치환하여 실질적인 설문 분석을 통한 연구 타당성을 검토한다. 1절 가상현실 애니메이션의 대인지각반응은 가상 속 대상에 대하여 현실과 같이 있다고 느끼는 감각의 정도를 측정 및 분석한다. 2절 가상현실 애니메이션의 대인감정반응은 가상 속 대상에 대한 사용자의 감정에 대한 척도 기준으로 측정 및 분석한다. 3절 가상현실 애니메이션의 대인소망반응은 사용자가 가상 속 대상과의 상호작용을 통하여 느끼는 소망 및 충동에 대한 반응으로 측정 및 분석한다. IV편의 사회적 현존감(Social presence)으로써 자기대상(Selfobject) 분석결과는 앞서 사회적 현존감(Social

presence)과 자기대상(Selfobject) 요소의 도출 결과에 따른 관계를 명시한다. 1장 현존감으로써 자기대상(Selfobject)의 상호작용은 현존감 측면의 상호작용 요소와 자기대상(Selfobject) 상호작용 요소의 도출 결과를 분석하여 명시한다. 2장 현존감으로써 자기대상(Selfobject)의 직접참여는 현존감 측면의 몰입적 요소와 자기대상(Selfobject)의 직접참여 요소의 도출 결과를 토대로 연계성을 분석하여 논거를 명시한다. 3장 현존감으로써 자기대상(Selfobject)의 공감은 현존감 측면의 정서적 요소와 자기대상(Selfobject)의 공감 요소의 도출 결과 연계성을 분석한다. V편 결론 및 제언은 가상현실 애니메이션을 사례로 도출한 결과 사회적 현존감(Social presence)과 자기대상(Selfobject) 요소의 영향성에 대하여 논한다. 본 연구검증 및 요약을 명시하며, 현존감 측정 기준에 대한 자기대상(Selfobject) 요소의 가능성과 효과성, 추후 연구문제 및 연구의 제한점에 대하여 명시한다.

[표 5] 분석도표



Ⅱ. 이론적 배경

1. 가상현실의 사회적 현존감과 자기대상 이해

1) 가상현실과 존재

첨단 기술은 인간의 경험을 실존에서 의식으로 넓혀나갔다. 가상현실 안에서 환상이라고 여겨졌던 경험이 일어나며, 디지털 대상과 실제 인간인 듯한 상호작용을 한다. 가상현실은 주관적 경험을 부각하며 자기심리학에서 말하는 ‘자기’를 입증할 수 있다.³⁶⁾ 예컨대 사용자는 가상현실 안에서 상호작용함으로서 가상의 공간을 현실로 인식하는 현존감(Presence)을 느낀다. 현실에서의 대상과의 관계를 통하여 온전한 ‘자기’를 인식할 수 있는 심리적 효과를 갖게 되며, 이것은 ‘자기’를 인식시키는 요소로 나타날 가능성을 가지고 있다. 예컨대 파랑이라는 것을 가상현실에서 경험하게 된 사용자는 가상현실 안에서의 주관적 경험을 통한 파랑을 느끼게 된다.³⁷⁾ 파랑은 사용자에게 파랑에 대한 기억이나 환상 또는 이미지로 내재화되며, 파랑을 경험하고 있다는 ‘나’를 인식시키며 현존감(Presence)을 느끼게 한다. 가상현실(Virtual Reality)은 현실과 가상의 경계를 모호하게 만드는 개념이다. 이러한 개념은 가상현실에서의 실재와 존재를 통하여 이해하여야 하는데, 실재와 존재에 대한 논의는 오래전부터 이어져왔다. 실재가 무엇이며 물질과는 어떠한 관계가 있는가에 대한 물음에 플라톤(Platon)은 불생, 불멸, 불변하는 것이 실재라고 답변한다. 가상과 실재에 대한 최초

36) 재런 러니어, 노승영 역, 『가상현실의 탄생』, 열린책들, 2018, p.94.

37) 재런 러니어, 노승영 역, 앞의 책, 열린책들, 2018, p.450.

의 철학적 구분은 플라톤(Platon)의 ‘국가’(The Republic)에서 기원한다.³⁸⁾ 실재는 인간의 감각이 아닌 이성에 의해 파악되며, 변화하고 생성되며 소멸하는 경험적 사물들은 진정한 존재라 볼 수 없으며 그것은 단지 진정한 존재의 그림자에 불과한 것으로 판단한다. 이러한 이론은 플라톤(Platon)의 ‘국가’(The Republic)³⁹⁾ 중 동굴이야기로부터 이해가 가능하다. 이야기에 등장하는 많은 지하 동굴의 사람들은 벽을 향해 묶인 채 앉아 있다. 사람들은 자신들이 보고 있는 것을 실재라고 생각한다. 그러나 사실 벽에 비친 그림자이다. 동굴 입구에서 들어오는 빛을 결코 사람들은 보지 못한다. 이 이야기에서 그림자는 현실 세계를 의미하며, 빛은 이데아의 세계이다. 우리가 인식하는 실재와는 다른 이데아의 세계가 있으며, 이데아의 세계의 복제라는 것이 플라톤(Platon)의 ‘두 세계 이론’이다. 두 세계 이론은 가상과 현실에도 유효하다. 그에 따르면 진정한 존재는 이데아로서 변하지 않는 절대적인 것이며⁴⁰⁾ 인간이 감각 가능한 사물들은 모두 실재인 이데아를 모사한 것에 지나지 않는 현상들⁴¹⁾이다. 플라톤(Platon)의 사상 덕분에 가상이 미학의 개념으로 정립되었으며, 아울러 예술의 본질을 비-진리, 비-존재로 규정한 그의 사상은 근대까지 지속되었다.⁴²⁾ 이러한 참과 거짓의 구분을 통해 가상과 현실이 구분되고, 가상과 현실에 대한 논의가 시작되었다. 가상현실을 둘러싼 실재에 대한 이론은 다양하게 이어져 온 가운데 관념론적으로 가상을 설명할 수 있는 헤겔(Georg Wilhelm Fri

38) 주영민, 『가상은 현실이다』, 어크로스, 2019, p.19.

39) 하나의 지하 동굴에 사람들이 살고 있다고 생각하게. 지하 동굴 입구의 모습은 길며, 동굴 자체만큼이나 넓고 빛을 향해서 열려 있네. 지하 동굴의 사는 사람들은 어렸을 때부터 다리와 목에 쇠사슬에 묶여 있었네. 그렇기에 언제나 같은 곳에만 머물러 있고, 앞쪽 밖에는 볼 수가 없네. 그들 뒤 저 멀리 위쪽에서부터 불빛이 그들을 비추고 있지만, 그들의 사이에는 위쪽 길이 나있고, 그 길에는 담이 쌓여 있네. 그 담은 마치 인형극을 보여주기 위한 무대와 비슷하네.(플라톤, 천병희 역, 『국가』, 숲, 2017, p.384.)

40) I. Crombie, *An Examination of Plato's Doctrines 2st Edition*, London : Routledge & Kegan Paul, 1963, p.250.

41) Platon, Phaidon, 101c, pp.2-5.

42) 박민수, 『가상 : 미학의 개념』, 연세대학교출판문화원, 2016, P.217.

edrich Hegel, 1770-1831)의 이론은 가상현실의 실재와 존재를 이해하는 것에 도움을 준다. 예컨대 20세기의 초현실주의 화가 르네 마그리트(Rene Francois Ghislain Magritte, 1898-1967)는 <이것은 파이프 담배가 아니다>('Ceci n'est pas une pipe)라는 제목의 그림을 그렸다.



[그림 2] The Treachery of Images 1929, Rene Magritte

그는 파이프 담배를 사실적으로 그린 후 제목으로 파이프임을 부정하였다. 그는 자신이 생각하는 파이프의 이미지를 화폭 위에 형상과 색으로 나타내었는데, 그림을 관람하는 관람자들은 이러한 파이프담배의 가상을 보면서 마치 실재 파이프 담배라고 생각하였다. 실재가 아니더라도 파이프 담배처럼 보일 만큼의 물질이면 충분히 관람자들은 파이프담배라고 느꼈다. 이렇듯 지각의 감각기관인 눈이 필요로 하는 물리적 지시물을 보여주면, 관람자는 그것이 실재인지 가상인지 판단하기보다는 다면적인 상황에 의존하여 받아들인다.⁴³⁾ 인간을 사회적 동물⁴⁴⁾이라고 명명하는 헤겔에 따르면, 인간은 감각기관이 얻은 정보를 이성의 원리와 이치에 따라 사유한다.

43) 서요성, 앞의 책, 산지니, 2018, p.23.

44) 아리스토텔레스, 조대웅 역, 『니코마스 윤리학』, 2008, p.29.

그는 모든 시각과 촉각, 그리고 미각 등을 제외한 물질에게는 성질이 없고 그 사이의 구별도 없는 순수한 물질이라고 설명한다. 이러한 순수한 물질⁴⁵⁾은 순수한 추상물이면서, 자연 또한 개별 관찰자의 의식 개입이 없는 그 자체의 법칙에 따라서 작동하고 있는 독자적인 존재이다. 마그리트가 그린 파이프 담배가 실재하는 담배가 아니더라도 그와 유사한 정보를 얻은 관람자들은 그것을 마치 실재의 파이프담배라고 생각하는 것이다. 그는 오로지 자아를 통한 자아와의 관계를 통해서만 사물이 그 의미를 지닐 뿐이라고 설명한다.⁴⁶⁾ 결국 인간은 감각적 확신을 통해 "그것이 있다."⁴⁷⁾라는 의식을 기초로 물질을 경험하게 되는 것이다. 이러한 가상에 대한 정의에 질 들뢰즈(Gilles Deleuze, 1925-1995)는 잠재(Virtual)와 현재(Actual)의 관계를 중심으로 전개된다고 주장한다.⁴⁸⁾ 가상이라고 불리는 잠재성은 실재성과 대립적 관계를 표상하게 되지만, 프랑스의 철학자 앙리 베르그송(Bergson, 1859-1941)의 영향을 받은 들뢰즈는 가상을 실재성이 아닌 현재와의 관계로서 파악하고자 한다. 기존의 플라톤적 시각에서의 이원론적인, 참과 거짓이 있으며 위계가 정해져 있고, 원본과 사본의 관계로만 판단되는 잠재 이른바 가상과 실제(Real)를 비율적 관계에 의한 형성으로 파악한 것이다. 그는 플라톤적 존재론이 아닌, 가상과 실재는 대상에 공존하는 요소가 되었으며, 이는 현실화에 의해 드러난다고 보았다.⁴⁹⁾ 이러한 맥락은 체코의 미디어 철학자 빌렘 플루서(Vilém Flusser)에게 이어졌다. 그는 가상을 기술적인 영역 이동시켰다. 가상을 새로운 현실로 만들어내는 가능성으로 규정하였으며, 디지털 매체는 그것을 인지하는 사용자의 지각

45) 헤겔, 인석진 역, 『정신현상학2』, 한길사, 2009, p.148.

46) 헤겔, 임석진 역, 앞의 책, 한길사, 2009, p.342.

47) G. W. F. Hegel, *phänomenologie des Geistes*, Johannes Hoffmeister, Felix Meiner, Hamburg, 1952, p.10.

48) 질 들뢰즈, 김상환 역, 『차이와 반복』, 민음사, 2004, pp.449-450.

49) 우선미, 「증강현실 기반 미디어 아트의 지각적 신체화 연구 - 포스트-현상학을 중심으로 -」홍익대학교 대학원 미술학과 예술학전공 박사학위논문, 2022, p.36.

적 능력에서 잠재적으로 변화할 수 있는 가능성을 품고 있다고 말한다. 20세기에 들어서며 정신을 물질적으로 논의하는 연구가 주류를 이루게 된다. 아인슈타인 사후 그의 뇌를 해부하여 ‘천재성’이 무엇인지 입증하려는 시도가 실패⁵⁰⁾한 것은 정신에 대한 물질적 접근의 대표적 예라고 할 수 있다. 이러한 연구를 시작으로 21세기는 가상현실을 유희공간이 아닌 새로운 사회로 받아들이고 있다. 이러한 가상현실을 구현한 과학기술은 점차 학제적, 다학문적, 범학문적 방식의⁵¹⁾ 도움을 통해 본질에 접근함으로써 예전에 제기된 인문학적 의문에 답을 주고 있다. 사이버스페이스 철학자 마이클 하임(Michael Heim)의 정의에 따르면 실재는 우리가 무엇을 인식해야만 하고, 무엇에 관심을 기울여야하는지에 대한 물음이다.⁵²⁾ 가상의 개념은 ‘물리적으로는 존재하지만 소프트웨어에서 만들어진 것’이라는 기술적인 용어로 사용되기 시작했으며, 시뮬레이션이라는 개념이 수반되면서, ‘기술적 가상’으로서 개념이 정립되었다.⁵³⁾ 현재에 이르러 ‘가상적’이란 개념은 기술적인 하드웨어의 한계를 뛰어 넘으며 메모리가 존재하는 것과 같이 컴퓨터가 작동하는 방식을 설명한다. 현대에서의 가상은 형식적인 것이 아니라 구체적인 실재를 지칭하고자 한다. 이러한 가상을 마이클 하임은 하드웨어 공간과는 대조적으로 존재하는 것이지만 실제의 공간인 것처럼 작동하는 개념⁵⁴⁾이라고 설명한다. 21세기가 되어 실재는 시뮬레이션 정보가 매체에 의해 중개되어 인간의 지각 기관에 도달하는 것을 포함하게 되었다. 이 정보는 실물로 존재 하지 않으며, 오로지 가상과 현상을 연결시켜주는 매개체만을 통해서만 지각할 수 있다. 가상과 실제, 존재에

50) 수진 그린필드, 정병선 역, 『브레인 스토리』, 지호, 2006, p.252.

51) 에드워드 윌슨, 최재천 역, 『통섭』, 사이언스북스, 2005, p.21.

52) 마이클 하임, 여명숙 역, 『가상현실의 철학적 의미』, 책세상, 1997, p.192.

53) J. Farman, *Mobile Interface Theory: Embodied Space and Locative Media*, London and New York: Routledge, 2012, p.38.

54) 마이클 하임, 여명숙 역, 앞의 책, 책세상, 1997, p.240.

대하여서는 고대에서 현대까지 많은 이론가들로 하여금 개념이 정립되어
 져 왔다. 가상현실은 오로지 컴퓨터 그래픽으로 만든 인공적인 세계이다.
 현실과 완전히 차단된 세계이고, 사용자와 상호작용할 수 있어야만 하며,
 사용자는 자신의 의지대로 선택하고 행동할 수 있어야 한다. 일방적으로
 만들어진 프로그램을 따라가야 하는 시뮬레이션과 차이가 있는데, 가상현
 실은 사용자가 가상 세계와 상호작용하면서 자신이 원하는 방향으로 진행
 할 수 있다.⁵⁵⁾ 한편으로 360도 영상이 있는데, 실재 환경을 촬영한 후 편
 집하였기에 가상이 아닌 ‘진짜 경험’을 위해서 ‘가상’의 경험을 활용한 것
 이라 말할 수 있다.⁵⁶⁾ 가상현실에서 상호작용을 처음 등장 시킨 과학자
 재론 래니어(Jaron Lanier)는 실제 만남이 없더라도 타인과의 커뮤니케이
 션이 이루어지길 바라며, 타인과 새로운 상호작용 방식을 ‘포스트 심볼릭
 커뮤니케이션’(Post-Symbolic Communication)이라 부르며, 특정 문화집
 단에 의한 비상징적 커뮤니케이션이 가상현실에서 가능하다 말하였다.

2) 가상현실과 사회적 현존감

사회적 현존감(Social presence)의 개념적 시작은 원격통신 시스템이
 나타나면서 부터이다. 원격통신시스템은 멀리 있는 타인과 매체를 통하여
 소통하는 것으로 비록 다른 공간에 있을지라도 같은 환경에 처해있다고
 느끼도록 만드는 것이다. 이러한 사회적 현존감(Social presence)의 개념
 은 영국의 심리학자 존 쇼트(John short)등에 의하여 1976년 처음으로 소
 개되었는데, 온라인에서 상대방을 얼마나 현실적으로 느끼는 지, 얼마나
 상대방과 직접 만나는 것과 같은 느낌을 갖게 되는지 정도의 의미로 사용
 되었다. 사회적 현존감(Social presence)에 대한 정의에 대하여 여러 학

55) 정동훈, 앞의 책, 21세기북스, 2017, pp.45-48.

56) 정동훈, 앞의 책, 21세기북스, 2017, p.158.

자들이 정의하였는데, 먼저 시러큐스 대학의 프랭크 비오카(Frank Biocca)는 개인이 타인의 생각과 의도, 감성 등을 느끼는 정도라고 제안하였으며, 이후 다른 직전 존재가 함께하는 것 같은 느낌으로 새로이 정의하였다.⁵⁷⁾ 그들의 새로운 정의에 의하면, 사회적 현존감(Social presence)은 매개된 환경 속 타인과 상호작용하므로 느끼게 되는 느낌이면서도 개인이 타인과 같은 환경에 있는 것처럼 느끼는 공존(co-presence)의 느낌이다.⁵⁸⁾ 공존의 개념은 상호작용으로서 나 자신뿐만이 아닌 타인이 나를 지각하고 반응하는 것을 뜻한다. 캐리 히터(Carrie Heeter)는 “사회적 현존감(Social presence)은 가상의 세계에서 ‘다른 존재들이 미디어 사용자에게 존재하는 것과 같이 반응하는 것처럼 보이는 범위’라고 하며,⁵⁹⁾ 다른 존재와 상호인식하며 나 자신뿐만이 아니라 ‘그들이 거기 있다(a sense of being there)’라는 말과 같이 서로 인식하는 것을 말한다. 이것은 인간 대 인간으로 국한되지 않으며, NPC⁶⁰⁾와 같은 가상의 존재일 경우 그것이 인공적인 것인지 느끼지 못하는 것도 포함된다.⁶¹⁾ 즉 타인의 정서적 상태를 이해하는 것으로 타인에게 영향을 끼치거나 자신이 타인으로부터 영향을 받는 것이 사회적 현존감(Social presence)이다. 사회적 현존감(Social presence)의 하위 요인에 대하여 처음 제시한 쇼트(John short)는 친밀감

57) F. Biocca & C. Harms & J. K. Burgoon, “Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria Presence”, Teleoperators and Virtual Environments, Vol.12 No.5, 2003, p.467.

58) 황하성 「사회적 현존감(Social Presence) 측정도구 개발에 관한 탐색적 연구 : 인스턴트 메신저의 이용 사례를 중심으로」, 언론과학연구, 제7권 제2호, 2007, pp.529-561.

59) C. heeter, “Being there: The subjective experience of presence”. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, Vol.1 No.2, 1992, pp.4-5.

60) NPC(Non Player Character)란 게임에서 사용하는 용어로 게임을 사용하는 플레이어가 아닌 인공지능(AI)에 의하여 제어되는 게임 속 가상의 캐릭터이다. NPC는 다양한 용도로 사용되는데, 플롯 디바이스의 역할로 스토리를 진행하거나, 어시스턴트의 역할로 플레이어의 파트너 역할을 한다. 또한 게임의 기능적인 역할로서 게임의 저장, 아이템 상점, 체력 재생 등의 역할을 담당하기도 한다.(출처: www.techopedia.com)

61) L. Kwan Min, “Presence, explicated. Communication Theory”, Vol.14 No.1, 2004, pp.27-50.

(intimacy)과 즉시성(immediacy)으로 분류하였는데, 친밀감은 사용자가 상대방을 얼마나 가깝게 느끼거나 편안하게 느끼는지 정도로 정의되고, 즉시성은 사용자와 상대방의 의사소통이 얼마나 직접적인지(directness), 또는 얼마나 강한 강도인지(intensity)를 의미한다. 친밀감과 즉시성은 사용자가 상대방과 소통할 때 얼마나 즉각적인 반응을 서로 주고받는지에 대한 심리적 거리감을 말한다.⁶²⁾ 가상현실에서도 현실세계와 동일하게 친밀감은 상대방을 보다 친근하고 가깝게 느끼도록 해주며 사회적 현존감(Social presence)을 증가시키고, 상호작용 시 상대방의 반응이 즉각적이면서도 신속할 경우에도 증가한다.⁶³⁾ 또한 이와 같이 사회적 현존감(Social presence)의 구성요인에 대하여 김정주(2009)는 앞선 선행 연구들을 통합하여, 각 정의와 개념들을 구분하였다.

[표 6] 사회적 현존감 구성 요인

구분	구성요인	개념
1	정서적 유대감	정서적 커뮤니케이션·표현, 친밀감, 공감, 인지된 정서적 이해·상호의존성, 사회적 맥락
2	개방적 커뮤니케이션	상호이해, 인지된 메시지이해, 상호작용
3	집단적지지	그룹 활동 지원에 대한인지, 집단의 결속
4	관심 및 주의집중	공존감, 사회적 관심, 주의집중, 상호관심
5	상호 의존적 지원	상호의존성, 상호지원, 행동적 지원

김정주(2009), 원격고등교육에서의 사회적 실재감 측정도구 개발, 고려대학교 대학원 교육학과 박사학위논문, p.38 재인용.

⁶²⁾ A. Mehrabian, "Significance of posture and position in the communication of attitude and status relationships. Psychological Bulletin", Vol.71No.5, 1969, p.359.

⁶³⁾ R. E. Rice, "Media Appropriateness: Using Social Presence Theory to Compare Traditional and New Organizational Media", Human Communication Research, Vol.19 No.4, 1993, pp.471-484.

먼저, 정서적인 유대감은 타인과의 관계에서 친밀감을 느끼고, 서로의 감정을 이해하며 신뢰를 느끼는 것이다. 개방적 커뮤니케이션은 타인과의 상호 이해 및 인지된 메시지의 이해, 상호작용으로 상대방의 의도를 이해하고 반응하는 정도이며, 지속적이면서 의미 있는 상호작용을 하도록 한다. 집단적인 지지는 상호관계를 이루는 그룹 안에서 서로가 결속을 느끼는 정도를 의미하며, 관심 및 주의집중은 상대방의 존재와 관심의 인지이다. 사회적 현존감(Social presence)은 서로에게 관심을 기울이는 것에서부터 출발하는 개념이며, 단순한 상호인지의 단계만으로는 사회적으로 존재한다고 볼 수 없는 상태이다. 타인과의 상호 의존적 지원은 가상공간에서 실질적인 협동적 작업을 수행하며 지원에 대한 느낌을 뜻한다.⁶⁴⁾ 또한 조은미(2010)는 미국의 일리노이 대학의 교수 카렌 스완(Karen Swan)의 사회적 현존감(Social presence)의 분석모형을 다음과 같이 제시하였다.

[그림 3] 카렌 스완(Karen Swan)의 사회적 현존감 분석모형

구분	지표	정의
정서	감정 표현	감정의 상투적 또는 비상투적 표현
	유머의 사용	가벼운 농담, 속임, 아이러니의 사용
	자기표현	자신의 삶의 방식을 외부로 노출하는 것
	준언어의 사용	글자를 강조하거나 이모티콘 등 사용
	가치 평가	개인적 가치나 믿음, 태도를 표현하는 것
상호 작용	계속하여 글쓰기	새로운 글을 쓰지 않고 답글을 다는 것
	타인의 메시지 인용	인용부호를 이용하여 사람들의 말을 전부 혹은 일부 인용하는 것
	타인의 메시지에서 명확히 언급	타인이 작성한 글 내용을 직접적으로 참고
	질문하기(초대)	다른 학습자나 교수자에게 질문을 제시
	칭찬, 감사표현	다른 사람이나 메시지에 대한 칭찬
	동의표현(용인)	다른 사람이나 메시지에 대한 동의의 표현
	조언	상대에게 개인적으로 조언을 하는 것
응집	부르는 말	이름으로 다른 참여자를 부르는 것
	사교적인 말 또는 인사	인사, 마침말 등과 같이 사회적 기능을 하는 말의 사용
	사회적 공유	학습내용과 관계없는 정보의 교환

조은미(2010), 온라인 학습공동체에서 사회적 실재감이 학습몰입과 학습효과에 미치는 영향. 대구가톨릭대학교 대학원 교육학과 석사학위논문, pp.24-25쪽에서 재인용.

64) 김정주, 「원격 고등교육에서의 사회적 실재감 측정도구 개발」, 고려대학교 대학원 교육학과 박사학위논문, 2009, p.38.

그에 따르면 정서적 지표는 감정과 느낌, 가치에 대한 개인적 표현을 의미한다. 정서적 요소들은 제스처와 표정, 억양 등으로 표현될 수 있다. 상호작용적인 지표는 상대방에 대한 인식이 얼마나 활발히 이루어지는가에 대한 지표이다. 상호작용을 통해서 인정하거나 동의하고, 반대하거나 찬성을 하는 등 상대방과의 커뮤니케이션에서 나타는 상호작용적 지표를 의미한다. 응집적 지표는 나의 존재감을 나타내는 언어적 활동을 의미하며, 인사를 나누거나, 사회적인 공유 또는 상대방에게 언급되는 등의 요소들로 표현된다.⁶⁵⁾ 이와 같이 사회적 현존감(Social presence)의 하위요인은 다양한 범주에서 논의되고 있는데, 그 중 가장 대표적으로 나타나고 있는 요인은 상호작용적 요인과 정서적 요인 그리고 몰입 요인으로 나눌 수 있다.

첫째, 상호작용적(Interactive)요인은 두 가지 이상의 객체 사이에서 서로 행동 하는 과정, 즉 사용자와 객체의 사이에서 발생하는 행동 또는 반응의 과정을 말한다.⁶⁶⁾ 이러한 객체와 사용자의 행동 또는 반응은 일회적인 반응과 순환적인 반응으로 구분된다. 이 때, 일회적인 반응은 ‘일방향적 상호작용’이며, 순환적인 반응은 ‘양방향적인 상호작용’이다. 뉴미디어의 발달이후에는 더욱 능동적인 커뮤니케이션이 가능해졌으며,⁶⁷⁾ 상호작용을 도구적인 측면에서 바라본다면, 언어적인 커뮤니케이션과 비언어적인 커뮤니케이션으로 나눌 수 있다. 언어적인 커뮤니케이션은 서로의 대화를 통해 메시지를 전달하는 직접적인 정보교환이 주목적인 상호작용이며, 비언어적 커뮤니케이션은 언어를 제외한 모든 수단을 사용하여 메시지를 전달하는 상호작용이다. 인간과 가상현실 안의 사물 또는 객체 등으로 매개된 상황

65) 조은미, 「온라인 학습공동체에서 사회적 실재감이 학습몰입과 학습효과에 미치는 영향」, 대구가톨릭대학교 대학원 교육학과 석사학위논문, 2010, p.24.

66) C. Dongseong & K. Jinwoo, "Why people continue to play online games: In search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents", Cyber Psychology & behavior Vol.7 No.1, 2004, pp.11-24.

67) 이진이, 김형석, 「웹툰에서 나타나는 커뮤니케이션의 순환 과정과 저항 문화에 대한 연구 : 직장생활 웹툰을 중심으로」, 한국애니메이션학회, 2013, pp.38-39.

에서의 상호작용은 사회적인 단서가 부족할 경우 관계의 강화와 연결되어 있다는 인식도가 낮아질 수 있다.⁶⁸⁾ 이러한 인식도를 높일 수 있는 비언어적 커뮤니케이션의 단서는 외형적인 모습이나 감정을 나타내는 표정, 제스처, 목소리 등이 있으며⁶⁹⁾ 언어적 커뮤니케이션을 통한 상호작용의 요소는 예컨대 상대방에게 질문하거나, 답변을 하고, 칭찬하거나 의견에 동의나 조언, 자신의 의견을 제시하는 등이 있다. 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션을 함께 사용하면 의사전달과 감정을 보다 정확하게 전달할 수 있다.⁷⁰⁾ 비언어 커뮤니케이션의 구성요소로는 미소, 자세, 몸짓 등으로 의사를 표현하는 신체적 언어와 대화의 내용과 상황에 따른 적절한 장소, 목소리와 관련된 음색이나 음절, 높낮이와 빠르기 등과 같이 의사를 표현하는 언어로 분류할 수 있다.⁷¹⁾ 가상현실에서 현실과 같이 자유롭게 행동하는 자연스러운 상호작용은 몰입과 현실감을 높여주는 중요한 요소이며, 상호작용을 통해 가상현실을 인지하는 정도를 넘어 자기 투사성을 갖게 된다. 인간은 자기 자신을 가상 환경 속에 투영시켜 가상현실과 소통경험을 할 수 있다.⁷²⁾ 이러한 상호작용적 측면은 가상현실 애니메이션에서 살펴볼 수 있는데, 앞서 가상현실 애니메이션의 상호작용은 사용자가 실제로 작품에 참여하는 내재적 존재로서 능동적으로 캐릭터와 직·간접적 상호작용을 한다. 이러한 직접적이거나, 간접적인 상호작용은 가상의 캐릭터와의 언어 또는 비언어적 커뮤니케이션으로 나타난다. 예컨대 캐릭

68) K. Karel & P. A. Kirschner & W. Jochems, op. cit., Computers in Human Behavior, Vol.19 No.3, 2003, pp.335-353.

69) 김정옥, 박종무, 이희옥, 「서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객의 서비스품질 지각에 미치는 영향」 마케팅관리연구 제11권 제2호, 2006, p.154.

70) 정민주, 김학준, 「서비스 직원의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션 능력이 고객만족과 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향」, 관광레저연구, 제24권제1호, 2012, pp.453-472.

71) 김혜선, 김혁, 강현민, 「인공지능 스피커 에이전트 언어적, 비언어적 커뮤니케이션 방식이 사용자 경험에 미치는 영향 : 구체성과 일치성 효과를 중심으로」, 디지털콘텐츠학회 논문지, 제21권 제2호, 2020, pp.318-319.

72) 이현진, 「가상현실 콘텐츠의 사용자 중심 디자인 방법론에 관한 연구」, 한국디자인학회 디자인학연구 제16권 제3호, 2009, p.193.

터의 시선이나 몸짓, 태도, 표정 등이나 대사, 내레이션 등은 사용자와의 상호작용적 요인으로서 현존감(Presence)을 느끼도록 만드는 요인으로 작용하는 것이다.

둘째, 정서적(Affective)⁷³⁾요인은 감정 또는 기분에 의하여 유발되거나 영향을 받는 것을 뜻한다. 종종 정서적 요인(Affective)은 효과적 요인(Effective)과 유사하게 사용되기도 하는데, 두 단어의 유래가 '영향을 주다'에서 파생되었기 때문이다. 하지만 정서적(Affective)은 효과적 요인(Effective)과 달리 인간의 심리적 감정에 영향을 받거나 감정으로 인하여 발생하는 것을 뜻하고, 효과적 요인(Effective)은 원하는 결과를 형성하는 것으로 구분할 수 있다.⁷⁴⁾ 사회적 현존감(Social presence)이 수십 년에 걸쳐 정의와 개념에 대하여 광범위하게 연구가 축적되었으나, 정서적 요인(Affective)과 같은 인간의 심리적 구조의 복잡성으로 실재에 대한 정의가 다소 다양하게 나타나는 이유이다. 사회적 현존감(Social presence)에서 정서적 요인(Affective)은 심리적 거리의 척도로서 태도(Attitudes)를 통하여 확인된다. 태도는 사회적으로 대상이나 상황 또는 상징적인 신념, 감정 등에 대하여 평가하고 표현하는 심리적인 경향이다. 태도는 대상에 대한 인간의 느낌이나 감정을 느끼고, 행동적인 형태로서 나타나며, 인지적 현상을 가져온다. 예컨대 거미를 무서워하는 사람은 '무섭다'라는 느낌과 거미를 '피하다'라는 행동 그리고 거미는 '위험하다'라는 인지적 지식을 얻게 만드는 것과 같다. 사회적 현존감(Social presence)의 정서적인 요인은 결과적으로 연관성이나 효과를 현존감 자체에 귀인 할 수 없으며, 측정 척도에 따라 다른 결과로 나타난다. 이러한 정서적 요인과 관련하여 가상현실 애니

⁷³⁾ 사전적으로 정서(Affect)는 인간이 타인에게 감정적으로 어떻게 영향을 미치고, 감동을 주는지를 의미한다.(Webster's Dictionary, 1996, p.13.)

⁷⁴⁾ "Affective & Effective", Words Matter by wix, last modified Nov, 2020, accessed Oct.10, 2022, <https://www.wix.com/wordsmatter/blog/2020/11/affective-vs-effective>.

메이션의 요인 중 주체성과 연관되어진다. 가상현실 애니메이션의 주체성은 비선형 내러티브로 인하여 사용자가 직접 선택하고, 그에 따라 결과가 달라지는데, 이러한 특징으로 사용자는 작품에 일어나는 일을 예측하지 못하며 가상 속 캐릭터의 감정이나 사건에 끌어들여져 심리 및 정서적 변화를 갖게 된다. 특히 이러한 주체적인 판단이나 선택에 따른 정서적 변화는 가상공간에서의 존재와 상황에 대한 인식을 강화시키고, 실질적인 행동으로 연결되며 현존감(Presence)을 느끼게 만든다.

셋째, 몰입적(Immersive)요인은 어떠한 활동에 집중할 때 일어나는 최적의 심리현상이다.⁷⁵⁾ 몰입은 인간이 일상과 다른 환경에 둘러 쌓여있을 때 그 일부가 된다는 인식을 뜻한다. 예컨대 놀이기구나 자동차를 탔을 때 또는 엘리베이터 등 공간의 인식과 관련하여 정도의 차이에 따라 효과가 다르게 나타난다. 몰입이 일어났을 때 인간은 자신이 보고 느끼는 것이 진짜임을 확신시키고, 새로운 차원에서 공감하거나, 영감 받고 학습하게 된다. 몰입의 영향력은 인간이 무엇인가에 빠져들게 하거나 마치 그곳에 있는 것처럼 느끼게 하며, 나아가 자신이 해당 이야기의 캐릭터 중 하나라고 생각하도록 만들기도 한다. 특히 몰입과 함께 참여가 진행되었을 시 인간은 사물에 대한 판단을 오감을 통하여 느끼게 되며, 전체적인 흐름에 동화되고, 경험에 환전하게 관여하는 느낌을 받는 것이다. 가상현실 애니메이션에서 몰입은 스토리의 흐름이나 입체 시각적 이미지 그리고 실제와 같은 자극이 실시간으로 제공되어 사용자의 현존감(Presence)을 강화시킨다. 몰입요인에는 유사한 개념들이 다수 존재하는데, 개인과 대상의 관계에 대한 인지과정에서 얻는 즐거움⁷⁶⁾이나, 가상현실을 통하여 상대방과 대화로

⁷⁵⁾ M. Csikszentmihalyi, "Play and intrinsic rewards, Journal of Humanistic Psychology", Vol.15 No.3, 1975, pp.41-63.

⁷⁶⁾ 황희정, 「현상학적 관점으로 본 여가경험의 개념 간 관계 분석: 플로우, 관여, 몰입의 개념을 중심으로」. 한양대학교 대학원 관광학과 석사학위논문, 2006, pp.31-76.

정보를 주고받는데 주의를 두는 현상⁷⁷⁾이 있다. 또한 어떠한 대상에 관심을 가지거나 정신을 집중한 상태,⁷⁸⁾ 대상에 대한 지속적 관여나 의지, 참여 등⁷⁹⁾을 의미한다. 이러한 것은 다시 말하여 매개된 가상현실에서 어떠한 대상에 자신과 관련성이 있다고 느끼며, 애착을 지각하고, 관련된 행위를 지속적으로 참여하고자하는 의지가 형성되어 있는 상태이다.⁸⁰⁾

3) 가상현실과 자기대상

가상현실 애니메이션은 상호작용과 주체성 그리고 몰입적 측면의 특성을 가지고 있다. 이러한 점은 하인즈 코헷의 자기심리학의 자기대상(Selfobject)과 유사성을 가지고 있다. 자기심리학은 자기의 감정을 자기표상화할 시, 대상의 표상과 밀접한 연관을 가지고 있다. 예컨대 신데렐라의 경우, 자신이 싫어하는 의붓어머니와 관련하여 부정적인 자기 이미지를 가지고 있을 것이다. 하지만 자신을 도와주는 요정과 같은 대상과 관련한 자기(Self)에게는 긍정적인 감정을 가지고 있다. 이러한 측면에서 자기(Self)는 타자와의 경험에서 긍정적인 측면과 부정적인 측면의 감정을 가진다.⁸¹⁾ 자기심리학에서 자기(Self)는 내적인 삶의 공감적인 몰입이다. 이것은 심상이나 성격적인 특성으로 외적으로는 타인에 의해서만 관찰할 수 있다.⁸²⁾ 인간은 개인의 주관적인 판단과 대상과의 경험으로 욕구를 충족하여 건강

77) 준석, 손용, 「미디어 이용과 몰입경험에 따른 수용자의 여가만족에 관한 연구:TV와 인터넷을 중심으로」, 중앙대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문, 2004, p.124.

78) 서해림, 「디지털 매체 몰입 경험에 관한 연구: 게임플레이어들을 중심으로」, 이화여자대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문, 2003, p.10.

79) 황희정, 앞의 책, 한양대학교 대학원 관광학과 석사학위논문, 2006, pp.31-76.

80) 박신영, 「미디어 콘텐츠 이용 과정에 나타난 판타지 욕구와 플로우 경험」, 경북대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문, 2009, pp.61-62.

81) 마이클 세인트.클레어, 안석모 역, 『대상관계이론과 자기심리학(제4판)』, 시그마프레스, 2009, p.19

82) 마이클 세인트.클레어, 안석모 역, 앞의 책, 시그마프레스, 2009, pp.248-249.

하고, 응집력 있는 자기(Self)를 형성한다. 특히, 대상과의 관계적 측면으로 살펴 볼 수 있는데, 자기대상(Selfobject)과의 관계적 요인은 크게 상호작용적인 측면과 공감적인 측면, 직접적인 참여의 측면으로 분류할 수 있다. 먼저, 첫째 자기대상(Selfobject)을 형성하기 위한 대상과의 상호작용이 이루어져야 한다. 인간은 자기대상(Selfobject)과 상호작용하며, 관계를 맺어 자기구조를 생성하며⁸³⁾, 자기대상(Selfobject)으로부터의 우호적인 시선과 공감적인 반응은 삶의 목적과 가치관을 결정할 수 있도록 이끈다. 상호작용을 통해서 인간은 자기대상(Selfobject)으로부터 인정받거나, 칭찬받는 것으로 자기를 발달시킨다.⁸⁴⁾ 가상현실 애니메이션에서 사용자는 캐릭터와의 상호작용을 통해 행동의 목적을 정하거나, 스스로 선택하여 이야기의 흐름을 결정한다. 가상현실 애니메이션의 캐릭터와 사용자는 대화를 하거나 함께 행동하며 우호적인 관계를 지속한다. 사용자는 때때로 도구를 이용하거나, 행동함으로써 문제 상황을 해결하고, 캐릭터로부터 감사의 인사 또는 칭찬의 말을 들을 수 있다. 이러한 연결된 관계를 기반으로 캐릭터를 대상화하여 상호작용할 수 있다. 캐릭터로부터 받는 우호적 시선과 긍정적인 반응은 사용자에게 자기대상(Selfobject) 욕구를 충족시켜줌과 동시에 자신의 힘과 가치 및 존재를 경험할 수 있게 된다.⁸⁵⁾ 즉, 상호작용으로 사용자는 긍정적인 자존감을 성취할 수 있다.

둘째, 대상과의 공감이 이루어져야 한다. 자기심리학에 있어서 공감은 산소와 같은 필수적인 요소로 자리 잡고 있다.⁸⁶⁾ 자기와 타인의 관계와 상호작용은 공감으로부터 비로소 시작된다. 자기대상(Selfobject)의 공감적

83) 홍이화, 『하인즈 코헷의 자기심리학 이야기 I』, 한국심리치료학회, 2011, p.32.

84) 황영훈, 「자기 심리학의 관점에서 본 종교체험과 퇴행」, 한국기독교상담학회지 제12권, 2006, pp.183-187.

85) 조윤미, 「하인즈 코헷(Heinz Kohut)의 자기심리학을 통한 목회적 돌봄에 관한 연구」, 한신대학교 신학전문대학원 실천신학전공 석사학위논문, 2003, p.13.

86) 조윤미, 앞의 책, 한신대학교 신학전문대학원 실천신학전공 석사학위논문, 2003, p.46.

반응으로 인해 인간은 건강한 자기를 구축할 수 있다. 이때, 공감은 경험의 내면세계에 대한 정보를 수집하는 도구로 사용된다.⁸⁷⁾ 자기는 대상과의 공감적 반응 속에서 주도적이면서 독립적인 위치를 가진다. 주체적인 경험들을 통해서 포부와, 이상, 재능을 실현시키며, 자기가 충분히 느낄 수 있는 정도로 자기대상(Selfobject)이 자기로부터 느끼는 즐거움을 느끼거나, 인정하거나, 대단한 존재로 느낄 수 있게 해주는 일련의 반응들은 긍정적으로 자기 내면화를 할 수 있도록 돕는다.⁸⁸⁾ 가상현실 애니메이션에서 사용자는 캐릭터와의 관계에서 공감을 통해 문제 상황에 대해 이해하고 캐릭터의 난관을 돕는다. 사용자는 캐릭터의 도움을 구하는 대사나 문제 상황을 직면하였을 때, 캐릭터와의 상호작용을 통해 해결할 수 있는 방법에 대하여 생각하며 주체적으로 행동한다. 캐릭터는 도구의 사용방법의 설명하거나 도착해야 할 목적지를 제시하는 등의 조언을 통해 사용자가 스스로 문제 상황을 해결할 수 있도록 해결의 실마리를 제공한다. 사용자는 경험을 통해 익힌 도구 또는 문제 상황에 따라 해결방법을 스스로 생각해보고 실천한다. 문제 해결을 위한 과정과 결과에 따라 캐릭터의 감사의 인사, 칭찬과 같은 행동은 사용자에게 공감대를 형성을 유도하고, 긍정적인 반응을 기반으로 쌓은 경험은 새로운 문제 상황에 직면하였을 때 사용자가 주체적인 행동을 할 수 있도록 이끈다.

셋째, 대상과의 관계를 이룰 때 직접참여가 있어야 한다. 자기심리학에서 자기의 발달은 대상으로부터 받을 수 있는 직접적이며 우호적인 반응이 매우 중요하다. 자기가 충분히 느낄 수 있는 직접적인 형태의 우호적인 시선이나, 긍정적인 행동은 그것을 수용하는 과정을 통해 건강한 자기를 형성할 수 있다. 인간은 타인과 서로 영향을 주고받으며, 생존과 성장에 필요한 기술과 재능을 배운다.⁸⁹⁾ 때문에, 자기가 아무리 원대한 꿈을 가지

87) 앨런 시걸, 권명수역, 『하인즈 코헛과 자기 심리학』, 2002, p.295.

88) E. S. Wolf, *Treating the Self*, NewYork: The Guilford Press, 2002, pp.181-182.

고 있다고 할지라도 실제적으로 기술을 가르쳐주는 대상을 만나지 못하거나 대상과 관계를 쌓을 수 없다면 재능을 꽃 피울 수 없다. 인간은 타인과 친밀한 관계를 형성하며 스스로 집단의 일원이 되어 능력을 발달시키고 재능과 기술을 성장시킨다. 대상과의 관계에 대한 참여는 자기로 하여금 소속감과 연결감을 느낄 수 있게 해주며, 긍정적인 반응을 수용하는 것을 토대로 자질과 목표, 이상이 타인에 의해 이해 받고 수용되어졌다는 느낌을 받을 수 있게 된다.⁹⁰⁾ 이러한 소속감과 연결감은 대상에게 친밀성을 갖게 함과 동시에 건강한 자기구조 형성이 가능해진다. 가상현실 애니메이션의 캐릭터는 사용자와 친밀한 관계를 형성하며 함께 고난을 해결해 나가거나 사용자로 하여금 난관을 극복할 수 있도록 유도한다. 사용자는 직접적인 참여를 통해 실제적인 도구의 활용법을 익힘과 동시에 가상현실 애니메이션에서 자신의 가치를 확인할 수 있다. 캐릭터와의 직접적인 대사와 행동을 통한 관계형성으로 연결감을 느낄 수 있으며 사용자가 가상현실에 적응하고 가상현실에서 소속감을 획득하게 된다. 사용자는 다음에 올 상황과 캐릭터에 대해 관심을 기울이며 직접적인 반응을 포함한 관계에 참여하는 경험으로 자기를 성장시킨다. 사용자의 욕구를 만족시킬 수 있는 충분한 직접적인 반응은 가상현실에서 자기대상(Selfobject)을 성립시킬 수 있다.

89) 김복미, 「Heinz Kohut의 자기심리학적 접근에 기초한 상담자 성숙성 모형 검증」, 충북대학교 대학원 교육학과 교육심리 및 상담전공 박사학위논문, 2010, p.20.

90) 김미자, 「내담자의 자기대상욕구와 내담자가 지각한 상담관계」, 가톨릭대학교 대학원 심리학과 상담심리학 전공 박사학위논문, 2009, p.6.

2. 자기심리학의 자기대상 이해

1) 자기심리학의 자기대상욕구

자기심리학의 하인즈 코헷(Heinz Kohut)은 타인에 대한 인간 정신의 분석이 자료 수집이나 직접적인 관찰보다 내적 체험의 상상으로 가능하다고 말한다.⁹¹⁾ 그에 따르면 인간은 본래 평생토록 타자에게 의존하며, 홀로 살 수 없는 존재이다.⁹²⁾ 인간의 정신적인 가치 실현은 오로지 자기(Self)와 자기대상(Selfobject)의 확장을 통해서만 이뤄나갈 수 있으며, 세상의 모든 인간은 고립적인 존재가 아닌 타자와의 관계성을 통하여 형성되고 유지된다. 코헷은 고전적인 정신심리 분석과는 달리 인간 개인의 심리학적 경험을 임상으로서의 관찰적인 접근을 통하여 과학적으로 접근하려 하였다. 고전적인 정신심리 분석에는 관찰자가 객관적인 또는 중립적인 위치에 있어서 인간이 가진 욕구에 초점을 맞추고, 그 안에서 벌어지는 심리적 입장에 초점을 맞춘다. 그는 인간이 과거에 겪었던 대상과의 관계적 경험과 현재의 관계적 경험까지도 염두에 두고 심리적 분석을 진행하여 고전적인 정신심리 분석과는 조금 다른 입장을 취한다. 인간의 자기(Self)는 대상과의 관계 속에서 경험되는 주체적인 자기로 존재할 수 있다. 자기의 일부분으로 경험되는 타 대상이 필요한데, 이것이 자기대상(Selfobject)이다.⁹³⁾ 자기(Self)는 대상과 관계를 맺고, 그에 대한 행동을 하며, 정신적인 이미지를 형성한다. 예컨대 인간은 대상과의 경험을 통하여 내적 감각이나 기억, 정서 등을 갖게 되는 것과 같다. 자기(Self)는 ‘나’를 표현할 수 있는

91) H. Kohut, "Forms and transformation of narcissism". Journal of American Psychoanalytic Association, Vol.14 No.2, 1966, p.260.

92) H. Kohut. *Restoration of the Self*, New York International Universities Press, 1996, p.253.

93) 하인즈코헷, 이재훈역, 『자기의 분석』, 한국심리치료연구소, 2013, pp.11-26.

정신적 표상이며, 타인에게 지각되는 개인(Individual)과는 달리 타인과의 관계를 통하여 영향을 받고, 표상된다. 자기심리학에서 대상(object)은 인간이 아닌 장소나 사물, 생각 등일 수도 있다. 예컨대 국가에 대한 사랑과 강력한 충성을 가진 이에게는 ‘국가’자체가 대상이 될 수 있다. 또는 상상하는 것을 좋아하는 이에게 상상력과 환상 또한 대상이 될 수 있으며, 이것이 자기대상(Selfobject)이다. 대상에 대한 이론은 대상관계에서 먼저 제시한 개념으로 대상에는 다양한 하위의 개념이 있다. 인간의 주변에서 직접적인 관찰이 가능한 외적대상(External object)과 이러한 외부적 대상에 대하여 인간의 개인적인 생각과 감정 및 기억 등인 내적대상(Internal object)이 있다. 또 이 둘의 중간 지점에 속하는 중간대상(Transitional object)이 있는데, 중간대상은 앞서 보았던 두 대상과는 달리 대상과 연결지어 주는 대상이다. 예컨대 엄마를 떠올릴 수 있는 포근한 담요 등과 같이 좋은 경험을 통하여 각인된 이미지가 대상으로 느껴지는 것과 같다. 코헛은 자기대상(Selfobject)의 동기적인 욕구를 세 가지로 제시하였는데, 이것을 자기대상욕구(Selfobject needs)라 부른다.

[표 7] 자기대상욕구의 특징 및 구분

구분	유형	특징
1	거울자기대상욕구 (Mirroring Selfobject needs)	공감 반응, 칭찬, 격려, 인정, 지지
2	이상화자기대상욕구 (Idealization Selfobject needs)	동일시, 기대감, 안정감, 이상화
3	쌍둥이자기대상욕구 (Twinship Selfobject needs)	일체감, 경험 공유, 집단 및 소속

자기대상욕구는 수용 받거나 반영 받고 싶은 거울(Mirroring)자기대상욕구, 융합에 대한 이상화(Idealization)자기대상욕구, 동질성을 가진 존재에

대한 쌍둥이(Twinship)자기대상욕구가 있다.⁹⁴⁾

첫째, 거울자기대상욕구(Mirroring Selfobject needs)는 자신의 행위에 대하여 과시하였을 때 자기대상(Selfobject)으로부터 공감적 반응이나 칭찬, 격려 등과 같은 인정과 지지를 받고자하는 욕구이다. 이를 통하여 인간은 스스로의 능력을 믿고, 현실감 있는 목표를 수립함으로써 건강한 자존감을 형성한다.⁹⁵⁾ 인간은 거울자기대상(Mirroring Selfobject)을 통하여 그들이 가진 성격과 태도 등을 자연스럽게 습득하고, 안전한 모습을 받아들이며, 현실을 인지하게 된다.⁹⁶⁾ 그리고 나아가 그리고 자신이 발견할 수 있는 또 다른 즐거움을 찾음으로써 자기 구조를 발전시켜 나간다.⁹⁷⁾ 최초의 자기가 자기대상(Selfobject)으로부터 반응을 얻지 못할 경우, 자기(Self)는 억압되어 현실로부터 분리된다. 억압된 자기는 자신의 존재에 대한 중요성을 부정당하여 낮은 자존감을 갖게 되는데, 타인의 충분한 공감과 지지의 반응이 회복시킬 수 있다.⁹⁸⁾

둘째, 이상화자기대상욕구(Idealization Selfobject needs)는 강력한 대상과의 일체를 통해 외부 위험으로부터 자신을 보호하고자 하는 욕구이다. 예컨대 유아의 경우, 자신의 불안감을 해소하기 위하여 자신과 동일시되는 강력한 대상을 원하며 이러한 자기대상(Selfobject)을 흠모하면서도 추종하게 된다. 자기대상(Selfobject)에 대한 이상화를 품으면서 자신을 보호해주고 어려움을 해결해 줄 것이라는 기대감을 갖고, 따라하게 된다. 이러한 행동을 통하여 이상화적 기능을 내면화하고, 건강한 자기 존중을 이루게

94) H. Kohut, *How Does Analysis Cure?*, Chicago : The University of Chicago Press, 1984, p.193.

95) 하인즈 코헷, 이재훈 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, p.107.

96) 석지선, 「부부관계에서 이루어지는 자기대상전이 경험에 관한 연구:코헷의 자기심리학에 기초하여」, 서울여자대학교 휴먼서비스대학원 기독교학과 석사학위논문, 2020, p.13.

97) 하인즈 코헷, 이재훈 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, p.140.

98) 김성찬, 「하인즈 코헷의 ‘자기’와 ‘자기대상’연구」, 협성대학교 신학대학원 신학과 목회상담학 석사학위논문, 2021, p.27.

된다. 또한 이상화 된 대상에서 극대화의 자신의 모습을 발견하고자 한다. 셋째, 쌍둥이자기대상욕구(Twinship Selfobject needs)는 자기대상(Selfobject)이 자신과 아주 많이 비슷하다고 가정하는 것으로 그 자기대상(Selfobject)과 하나가 되고자 하는 소망을 의미한다.⁹⁹⁾ 자기대상(Selfobject)과 같은 경험을 공유하고 싶어 하며, 자기대상(Selfobject)을 자신과 똑같은 현실적인 존재로 확인하고자 한다. 이러한 욕구는 자기대상(Selfobject)의 옷과 같은 옷을 입고 흉내 내거나, 자신과 같은 생각을 가진 친구를 만나고 싶어 하는 것, 자신과 같은 생각을 가진 상상의 동물을 꿈꾸는 것 등에서 찾을 수 있다. 타인과 자신이 유사하다고 느끼며 관계에 포함되고자 하는 욕구이며, 자신의 일부처럼 느껴지는 대상을 필요로 한다. 전 생애에 걸쳐 타인과 자신이 다르지 않음을 확인 받고 싶어 한다.¹⁰⁰⁾

코헛은 이러한 세 가지 자기대상욕구가 충족될 경우, 건강하며 뭉칠 수 있는 자기(Self)의 구조를 이룬다고 말한다. 이러한 자기(Self)구조를 지니게 되면 현실에서 창조적이면서도 공감능력을 지녔으며, 자신의 지니고 있는 재능과 기술을 마음껏 펼칠 수 있게 된다. 또한 이러한 자기대상욕구는 ‘건강하고 응집력 있는 자기구조’를 형성하였더라도, 사라지지 않으며, 평생 지속된다고 주장하였다.

2) 자기심리학 자기대상전이의 구조 및 기능

자기 대상의 일차적 기능이라 할 수 있는 ‘공감’은 타인의 내면으로 들어가 심리상태와 같은 경험을 하는 것을 의미한다.¹⁰¹⁾ 하인즈 코헛은 195

99) 김미자, 앞의 책, 가톨릭대학교 대학원 심리학과 상담심리학 전공 박사학위논문, 2009, p.10.

100) H. Kohut, op. cit., Chicago:The University of Chicago Press, 1984, pp.98-99.

101) 홍이화, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2011, pp.246-247.

9년 공감에 관하여 “내성, 공감, 그리고 정신분석”을 발표하였다. 그는 공감을 “대리적 내성(Vicarious Introspection)”으로 정의하였는데, 타인의 내적 세계를 이해하는 방법을 의미한다. 1984년 코헛은 「How does analysis cure?」에서 “공감은 타인의 내적 삶 속에서 스스로를 생각하고 느끼는 능력”으로 정의하였다. 또한, 인간을 타인과 정서적으로 강력하게 결합시키는 양식을 의미하기도 하는 공감을 인간 사이를 연결 시켜 주는 “인간 유대에 본질적인 것”으로 보았다. 그는 공감을 인간의 내적 삶을 깊이 있게 이해하는 열쇠로 이해하였다.¹⁰²⁾ 코헛의 공감은 무조건적인 동의를 의미하지 않는다. 그의 공감은 감정이입과 더불어 미세한 심리적 좌절까지도 포함하고 있다.¹⁰³⁾ 미세한 심리적 좌절은 ‘최적의 좌절’(Optimal Frustration)이라는 개념으로 설명하였다. 이 미세한 좌절은 인간의 자기구조를 현실성 있게 구축한다. 인간이 자율적으로 심리 구조를 변형하면서 스스로 성숙해 간다는 것을 의미하며,¹⁰⁴⁾ 성숙을 위한 필수 조건이 되었다. 인간은 자기 대상에게 자신의 전능감과 완벽함을 인정받는다 할지라도 결국에는 좌절을 경험할 수밖에 없다. 오롯이 욕구를 만족시켜 주는 자기 대상은 그 어디에도 존재하지 않기 때문이다. 때문에, 인간은 자신의 욕구를 완벽하게 채우진 못하지만 이른바, 최적의 좌절과 만족을 반복하며 변형적 내재화를 경험하게 된다. 이 최적의 좌절은 견딜 만 한 아픔이며, 견딜 수 있는 시련이 된다. 이러한 시련을 지속적으로 반복함으로써 건강한 내적 구조의 기반¹⁰⁵⁾과 함께 견고한 자기를 형성한다.¹⁰⁶⁾ 코헛은 자기 대

102) D. MacIsaac, “Empathy : Hienz Kohut's contribution”, In A. C. Bohart & L. S.Greenberg(Eds.), Empathy reconsidered, Washington: American Psychological Association, 1997. pp.245-264.

103) 김영란, 「Rogers 및 Kohut가 정의하는 공감의 비교」, 한국심리학회지 제16권 제4호, 2004, pp.563-564

104) 홍이화, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2011, p.65.

105) 스테판 밋첼, 마가렛 블랙, 이재훈, 이해리 역, 『프로이트 이후』, 한국심리치료연구소, 2002, p.277.

106) 홍이화, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2011, p.72.

상을 시기적절하게 선택하여 활용하는 현실적으로 조율되고 적응된 형태의 건강한 자기가 성숙의 표증이라고 하였다. 타인과의 친밀한 관계는 타인을 사랑하며, 그에게 도움이 되고자 하는 방향으로 기능 할 수 있다는 것이기 때문이다.¹⁰⁷⁾ 이러한 성숙한 자기를 위한 자기 대상의 기능으로 거울 기능, 이상화 기능, 쌍둥이 기능을 제시하였다.¹⁰⁸⁾

거울 기능(Mirroring Function)이란 자기 대상이 자신의 과시성에 공감적으로 반응해 주면서 스스로의 능력을 믿고 발휘하도록 칭찬하고 격려하는 행동을 의미한다.¹⁰⁹⁾ 이 거울 기능은 현실감 있는 목표를 수립하거나 건강한 자존감을 형성하기 위해서도 반드시 필요하다.¹¹⁰⁾ 인간은 자신을 괜찮은 존재라고 인정받고자 한다. 이러한 욕구를 충분히 반영 받을 때 건강한 자기 변형이 일어난다. 자기 대상으로부터의 적절한 공감과 수용은 편안함을 제공하는 요인이 되며, 자기 대상과의 관계에서 오는 경험을 통해 그들이 가지고 있는 성격과 태도를 자연스럽게 습득해 나간다. 경험을 통해 자신의 과도한 이상을 내려놓고 점차 현실을 인지할 수 있게 되며,¹¹¹⁾ 자기 구조를 발전시켜 나간다.¹¹²⁾

거울 자기 대상과의 경험을 통해 내재화한 그들의 특성과 기억은 자신의 삶을 이끌어 원동력이 되며, 건강한 자기를 획득해 갈 수 있는 주요한 요인으로 작용한다. 또한 이상화 기능(Idealized Function)이란 존경할 만한 대상으로, 모방하고 싶어 하는 어떤 힘을 가진 존재이자 심리적 지지이다. 인간은 이상화 자기 대상을 동경하며 그 대상을 자신과 동일시하면서 전능감과 함께 심리적인 안정감을 얻고자 한다.¹¹³⁾ ‘이상’에 대한 다양한 사

107) N. Pembroke, “Trinity, Love, and Pastoral Mirroring”, *Pastoral Psychology* V ol.53 No.2, 2004, pp.168-170.

108) 최영민, 『쉽게 쓴 자기심리학』, 학지사, 2011, pp.160-162.

109) 최영민, 앞의 책, 학지사, 2011, p.63.

110) 하인즈 코헷, 이재훈 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, p.107.

111) 석지선, 앞의 책, 서울여자대학교, 석사학위논문, 2020, p.13.

112) 하인즈 코헷, 이재훈 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, p.140.

전적 의미 중 코헷의 개념으로 사용된 이상은 ‘생각할 수 있는 범위 안에서 가장 완전하다고 여겨지는 상태’¹¹⁴⁾라고 할 수 있다. 완벽한 존재로부터 수용되는 만족스러운 경험은 자신을 전능한 존재라고 여기고 건강한 발전 과정을 거치게 된다. 이상화 대상은 인간에게 생존 경험을 제공하며, 만족감을 느끼고 견고해지므로 자기의 성장에서 반드시 필요한 과정이다.¹¹⁵⁾ 이상화 자기 대상은 만족감과 전능감을 느끼도록 돕는 존재이나, 끊임없이 이어가지 못한다. 견딜 수 있는 정도의 좌절에 대한 경험은 과도한 기대를 줄이며 현실을 인정할 수 있도록 돕는다. 이상적인 기대와 적절하고 견딜 수 있는 실망을 반복하며 이상과 가치를 확립시켜 나간다. 이때, 건강한 자기의 성장에 기반이 되는 것은 이상화 대상 자체가 아닌 대상과의 경험이다.¹¹⁶⁾

자기 대상의 쌍둥이 기능(Twinship Function)을 통해서도 자기가 발달한다. 쌍둥이 기능이란 특정한 활동을 공유하거나 동일한 행동을 보여주며 감정을 교류할 때 전달되는 기능을 말한다. 이때 쌍둥이 자기 대상은 아이로 하여금 심리적 소속감과 안정감을 느끼게 한다.¹¹⁷⁾

자기 대상 전이는 인간의 자기에적인 경험을 충족시키기 위한 시도이다. 타인과의 긍정적인 경험은 건강한 자기의 기반이 된다. 주체적이며 균형 잡힌 삶을 살아가기 위한 에너지가 된다. 자기 대상과의 관계로부터 채워지는 만족감은 튼튼한 심리 구조를 형성하는데 중요한 역할을 제공한다. 인간은 미처 채워지지 않은 불충분한 자기에 대한 만족감을 채우기 위해서 생애 전반에 걸쳐 자기 대상을 찾는다. 충분한 만족감을 위한 자기 대상은 이상화 전이, 거울 전이, 쌍둥이 전이의 세 가지 기능을 가지고 있

113) 최영민, 앞의 책, 학지사, 2011, p.63.

114) 하인즈 코헷, 이재훈 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, pp.56-57.

115) 앨런 시걸, 권명수 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, p.115.

116) 홍이화, 앞의 책, pp.60-61.

117) H. Kohut, op. cit., University of Chicago Press, 1984, pp.194-207.

다. 이상화 전이는 이상화 자기 대상과의 융합에 대한 경험이 불충분하기에 경험하려는 기능이다. 거울 전이는 과대적인 성질과 과시성에 대한 자기 통합과 확장을 위한 기능으로, 자신의 완벽함을 비춰 주며 동시에 인정해 주길 원하는 욕구를 채워 주길 원하는 기능이다. 거울 전이에서 분류된 쌍둥이 전이는 자기 대상과 자신을 동일하게 여기며 전능한 감각을 충족시키고자 한다. 행동에 대하여 수용하며, 동요해 주는 것으로 건강한 자기형성의 기반을 마련할 수 있고, 일치감을 통해 만족감과 안정을 얻는다.¹¹⁸⁾ 인간은 전 생애에 걸쳐 자기 대상 경험이 필요하다. 개인이 인생을 살아가며 견딜 수 있는 정도인 최적의 좌절을 겪을 때 스스로를 위로하고 수용함으로써 극복하며 좌절을 회복하려는 의지를 갖도록 한다. 자기 대상은 개인에게 자기 인식을 제공해주는 존재이자 세상을 살아갈 힘을 공급해주는 반드시 필요한 존재이다. 이 때, 자기대상(Selfobject)은 인간 외에도 자기애적인 경험을 불러일으키는 대상, 사물, 환경 등과 같은 것들이 될 수 있다. 자기대상(Selfobject)은 자기애를 촉진시켜 주는 존재이기 때문에 이를 제공할 수 있는 것들이라면 어떤 것이라도 가능하다.¹¹⁹⁾

3) 자기심리학 자기대상의 특성

코헛은 자기대상(Selfobject)을 정신적 산소(Psychological Oxygen)라고 정의하였다.¹²⁰⁾ 그에 따르면 인간은 산소가 없다면 살아 갈 수 없듯이 정신적으로도 산소를 마셔야만 살아갈 수 있다는 것이다. 정신적 산소란 어떠한 것에 대한 자기의 경험을 말하는 것으로, 총애와 존경, 일체의 경험이다.¹²¹⁾ 그리고 이러한 경험을 자기대상(Selfobject)이라고 명명하였다.

¹¹⁸⁾ 홍이화, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2011, p.62.

¹¹⁹⁾ 홍이화, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2011, pp.64-65.

¹²⁰⁾ H. Kohut, op. cit., Chicago: The University of Chicago Press, 1984, p.47.

이러한 총애와 존경, 일체의 자기대상(Selfobject) 경험은 개인에게 삶의 질을 새롭게 해준다. 이 정신적인 경험은 인간의 전 생애에 걸쳐 경험하는 것으로 독립적일 수 없다. 자기대상(Selfobject)은 자기와 대상이 하나로 묶여진 것이며 객관적으로는 대상으로 볼 수 있지만 주관적으로는 자기의 주관적 경험이다. 코헛은 「자기분석」(The Analysis of Self)에서 자기대상(Selfobject)이란 자기(Self)에게 봉사하는 대상이자 자기(Self)의 일부분으로 ‘경험되어지는 대상’이라고 말하였다. 예컨대 자기대상(Selfobject)은 현대인의 삶에서 자존감과 연결된다. 인간은 평생 동안 관계를 통하여 성공과 좌절을 경험한다. 성공하였을 때는 모든 세상이 긍정적으로 보이며 자신감을 얻지만, 좌절하였을 때 어떤 이는 크게 상심하고 어떤 이는 다시 도전할 수 있는 용기를 갖게 되는데, 이러한 성공이나 좌절의 요인이 자기대상(Selfobject)이다. 코헛은 좌절로서의 자기대상(Selfobject)일지라도 적절한 좌절의 경험은 그동안 자기대상(Selfobject)의 환상에 빠져있던 인간에게 객관적인 나를 바라볼 시간을 준다고 말한다. 예컨대 일을 좋아하고 또 그 속에서 자신감을 찾는 사람은 직장에서의 인정을 통하여 자신의 능력의 가치를 깨닫는다. 일을 통하여 자신감과 존재의 가치를 느끼게 되고, 긍정적인 피드백은 자존감을 형성한다. 이때 적절한 좌절을 겪음으로써 객관적인 나를 살펴보게 되고, 스스로 해결할 힘을 기르게 된다. 이때 자기대상(Selfobject)은 모든 인간이 어떠한 형태로든 경험을 통하여 개별적으로 갖게 되며, 다양한 경험으로 자기대상(Selfobject)을 가질 수 있다. 코헛은 임상실험을 통하여 인간의 자기대상(Selfobject)의 범주를 각각의 욕구충족에 맞추어 거울자기대상(Mirroring Selfobject)과 이상화자기대상(idealization Selfobject) 그리고 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)으로 분류하였다. 먼저, 거울자기대상(Mirroring Selfobject)은 자기대상(Selfobject)

121) 김병훈, 「직관적 추리, 공감적 관찰, 통찰력 창출에 관한 정신분석학적 의미 연구」, 한국목회상담학회 제5권 제0호, 2004, p.147.

fobject)에 대한 반사적 형태로서 인정, 칭찬, 기억, 기회, 대기의 형태로 분류할 수 있다. 첫째, 인정은 코헷의 논의에서 인정은 거울자기대상(Mirroring Selfobject)에서 타인(타자)을 반영한 자신의 모습의 가치를 평가받는 것을 의미한다. 인간은 자기대상(Selfobject)을 통하여 완벽하지 않은 자신을 자기대상(Selfobject)에 투영한다. 마치 거울과 같이 반사된 모습은 자기대상(Selfobject)에게 인정받는 자기대상전이가 일어난다. 인정을 제공받은 인간은 스스로를 괜찮은 존재로 생각하면서, 비춰진 자기의 힘을 확인하고자 다양한 시도를 한다. 이러한 시도는 건강한 자기(Self)를 구성하는 것에 도움을 줌과 동시에 지속적인 대상의 공감과 수용이 포함되며, 편안함과 즐거움을 찾게 된다. 코헷에 따르면 자신을 비춰주기를 원했던 대상에게 거울자기대상(Mirroring Selfobject)의 기능이 완벽하지 못할 경우, 인간은 끊임없이 자시대상욕구를 충족하려고 하며, 자신을 인정해줄 대상을 갈망한다.¹²²⁾ 둘째, 칭찬은 반영의 발달경험으로 새롭게 숙련된 기술을 보일 때 그에 대한 반응으로 대상에 비춰지는 사랑과 같다. 코헷은 흥미, 자신감, 흥분을 포함하여 인간을 향한 이 기쁨에 찬 자기대상(Selfobject)의 반영이 자기 발달에 필수적이라 믿었다. 코헷은 반영하는 자기대상(Selfobject) 경험은 자존감, 그리고 자기 확신적 포부의 발달과 유지에 핵심적이라고 믿었다. 반영경험에 포함된 것은 유도되지 않은 그리고 유도된 칭찬의 두 종류이다. 유도되지 않은 칭찬은 예컨대 종종 아이가 단지 아이로 존재함으로써 받게 되는 애정 깊은 관심의 찬사들을 말한다. 사람들은 아이에게 다가오고, 그들을 들어 올리고 말해보라고 하면서, 얼마나 귀여운지 그들에게 말한다. 이러한 찬사는 아이로 하여금 어떻게 주의의 찬사를 이끌어 내는지 학습하게 되는 것이다. 즉 사회적인 미소와 같다는 것이다. 유도된 칭찬의 경우, 자존감의 발달을 위한 칭찬으로 보다 중요한

¹²²⁾ 하인즈 코헷, 이재훈 역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, p.140.

형태로 제시된다. 예컨대 앞서 예시에서 아이는 유도된 칭찬이나 승인을 위해 일부러 귀여운 척하고, 고용한 행동들을 보이는 것이 적절히 칭찬받는다면, 이러한 행동들은 건강한 과시주의, 확장성 그리고 자신감으로 변형되어 자기를 구성하게 되는 것이다. 셋째, 기억은 코헛의 임상사례 분석에서 상대방에 대한 이전의 경험을 다시 제시하였을 때, 긴장과 내적 공허감이 가라앉고, 자기 확신이 증가되면서 온전함과 행복한 느낌이 다가오는 것을 갑작스럽게 경험한다고 말한다. 예컨대 이전에 이야기 했었던 것을 타인(타자)가 제시함으로써 자신이 말한 것을 그가 기억하고 있다는 것에 반응하는 것이다. 자기대상(Selfobject)은 이야기를 경청하고, 공감하며, 반응하는데, 이러한 것은 자기대상(Selfobject)과의 경험을 통하여 더욱 확고하게 성취되는 자기의 응집성은 다양한 자아 기능과 그에 따른 관계적 목표를 성취하도록 돕는다.¹²³⁾ 넷째, 기회는 코헛의 임상분석에 따르면 인간은 무의식적인 자기를 의식적으로 만들려고 하는데, 이때 억압되어 있던 무의식을 인정함과 동시에 그렇게 하도록 자유로운 자기표현의 기회를 갖게 하면 스스로의 평가로 이어진다. 다섯째, 대기는 전통적으로 경청을 들 수 있다. 대기, 즉 경청은 ‘균등하게 일시 정지된 주의’, 주목의 회피, 현실적 상호작용의 감각, 소원보다 이해하려는 목적에 더 집중하는 것으로 공감적 이해를 촉진시킨다.¹²⁴⁾

또한 다음으로 이상화자기대상(Idealization Selfobject)은 선망의 대상에 대한 인간의 동경적인 태도로서 위로, 보호의 형태로 분류할 수 있다. 첫째, 위로는¹²⁵⁾불안, 고통, 긴장으로부터 인간을 진정시키거나 달래주는 기능이다. 코헛은 위로하기 행동들은 애착 유대의 생물학적 결정인의 조합이라고 제안하였으며, 특정한 자기대상(Selfobject)의 행동들은 다양한 형태

123) 하인즈 코헛, 이재훈역, 앞의 책, 한국심리치료연구소, 2002, pp.137-138.

124) 하인즈 코헛, 이천영역, 『코헛의 프로이트 강의』, 한국심리치료연구소, 2018, p.292.

125) 피터A. 레썸, 장동섭역, 『자기심리학 개론』, 2019, p.78.

로 인간에게 제공되며, 주관적인 경험에 따라 다르게 발현될 수 있다. 예컨대 아이에게 엄마의 목소리나 안는 방법 또는 접촉하였을 때 느껴지는 느낌은 아이만이 인식할 수 있고, 그 영향의 효과와 파장이 다르기 때문이다. 둘째, 보호는¹²⁶⁾ 세계 내에서 보호받는다는, 안정함의 감각을 인간에게 제공하는 하나의 이상적인 대상의 역할을 하는 것이다. 충분한 인지적 발달을 이룬 인간은 낯선 공간이나 사건에 대하여 얼마나 무섭고 위험한 세상이 될 수 있는지에 대한 예상을 하고, 때때로 자기대상(Selfobject)에서 이상화된 감각을 포함하여 그에게 필요한 강력한 대상을 소유하는 감각을 창조하기 위해 노력한다. 예컨대 만일 부모가 아이의 이상화하는 욕구들을 안정적으로 수용하고, 충분히 좋은 방법으로 반응할 수 있다면 그들은 안전함의 감각을 즐기는 아이를 갖게 될 것이다. 이러한 안전함의 감각은 인간이 상황을 헤쳐 나가는 것에 많은 유익들을 가져다주며, 불안, 공포, 좌절, 슬픔 등과 같은 불쾌한 감정들에 대한 인내를 포함하여, 세계 안에서 좀 더 탐색적이고 주장적인, 더 큰 자유의 감각을 갖게 한다.

마지막으로 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)은 훌륭한 힘과 재능을 가진 자기대상(Selfobject)과 동등한 또는 같은 소속감을 가지려는 태도로서 감정, 행동, 존재의 형태로 분류할 수 있다. 첫째, 감정은 선하고 악한 면이 있는 점에서 비슷하게 감정을 느끼고 행동하는 점에서 쌍둥이 경험이라고 볼 수 있다. 둘째, 행동은 힘들어하는 친구의 손을 얹는 것은 이미 자기(Self)-자기대상(Selfobject) 관계가 형성되어 있다는 것을 표시한다. 자기대상(Selfobject)인 친구가 그렇게 해줄 때 자기가 힘을 얻고 보다 결속력 있는 자기로 회복된다. 어깨에 손을 얹는다는 것은 ‘지지한다’는 일상의 경험으로 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject) 경험이 포함된 지지받는 경험의 연장으로 볼 수 있다.¹²⁷⁾ 셋째, 존재는 자기 자신을 여러 사

¹²⁶⁾ 피터A. 레썸, 장동섭역, 앞의 책, 2019, pp.78-79.

¹²⁷⁾ 최영민, 앞의 책, 학지사, 2011, p.220.

람들 속에 한 사람으로 존재한다고 느끼는 경험으로 이때 수반하는 안정감은 자기 확신과 자기유지를 경험하게 한다. 대상이 주변에 존재하기만 해도 자신이 그들에 속해 있고, 삶에 참여한다고 느낀다. 예컨대 외국 여행 중에 모국어를 듣는 순간, 외국 여행 후에 고국에 돌아와서 경험하는 편안함과 안도감은 모두 공통의 것을 갖고 있다는 것에서 나오는 것과 같다.¹²⁸⁾

3. 사회적 현존감 측면의 자기대상

1) 대상을 통한 상호작용

사회적 현존감(Social presence)은 개인이 타인과 같은 곳에 있는 것과 같이 느끼는 공존의 느낌이다. 이러한 느낌은 상호작용을 통해서 나와 타인이 있음을 지각하며 반응하는 것을 뜻한다. 타인의 정서적 상태를 이해하며, 타인에게 영향을 끼치거나 자신이 타인으로부터 영향을 받는 것이다. 쇼트(short)의 사회적 현존감(Social presence) 하위요인인 친밀감과 즉시성은 상대방을 얼마나 가깝게 느끼거나 편안하게 느끼는지, 상대방과의 소통이 얼마나 직접적인지에 대한 강도로 설명한다. 사회적 현존감(Social presence)의 구성요인으로는 정서적 유대감, 개방적 커뮤니케이션, 집단적지지, 관심과 주의집중, 상호의존적 지원으로 나눌 수 있다. 또한, 상호작용은 자기가 주체성을 가지고 발달한다. 두 가지의 객체 사이의 양방향적인 상호작용을 통해 사용자는 가상현실에서 사회적 현존감(Social presence)을 느낀다. 이때 상호작용은 인사나 대사와 같은 언어적인 커뮤니케이션과 미소, 웃음과 같은 비언어적인 커뮤니케이션을 매개로 상대방

¹²⁸⁾ 최영민, 앞의 책, 학지사, 2011, p.219.

과 상호작용할 수 있다. 이때 상대방의 의미를 전달하는 사회적 단서가 높을수록 사용자의 인식도가 높아진다. 가상현실의 캐릭터가 사용자를 칭찬하거나 사용자의 의견에 동의 또는 조언 하는 것을 통해 사회적 현존감(Social presence)을 강화시킬 수 있다.

자기 심리학 또한 자기대상(Selfobject) 개인과 타인과 상호작용으로부터 시작된다. 상호작용을 통해 자기와 대상이 함께 공존해야만 한다. 인간은 자기대상(Selfobject)과의 끊임없는 상호작용을 통해 자기를 형성시켜 나간다. 현존감이 타인으로부터 영향을 받거나 끼치는 것과 같이 자기 심리학에서 인간은 자기대상(Selfobject)으로부터 공감을 동반한 반응을 통해 자기를 성장시킨다. 또한 공감이 갖는 상호작용의 경험을 통할 때, 다른 사람의 입장에서 그 사람의 눈으로 세계를 바라보며, 진정성 있으며 정확하고 적합하게 반응할 수 있게 된다.¹²⁹⁾

2) 정서적 교류를 통한 공감

공감은 살아가면서 힘들고 어려운 문제들과 마주칠 때 마다 그 난관을 극복해 나가도록 해주는 유용한 도구이며, 세상을 하나로 묶어주는 유대의 끈이기도 하다.¹³⁰⁾ 공감이란 남의 감정, 의견, 주장 따위에 대하여서 자기도 그렇다고 느끼는 느낌 또는 그렇다고 느끼는 기분이라고 설명할 수 있다. 이러한 공감(Empathy)의 용어는 독일어의 Einfühlung에서 처음 시작되었다. ‘안에’ 라는 의미의 ‘ein’와 ‘느낀다’라는 의미의 ‘fühlen’이 결합된 것으로 ‘들어가 느낀다’라는 의미를 담고 있다. ¹³¹⁾이 용어를 영어로

¹²⁹⁾ D. MacIsaac, op. cit., In A. C. Bohart & L. S. Greenberg(Eds.), *Empathy reconsidered*, Washington: American Psychological Association, 1997, pp.245-264.

¹³⁰⁾ 공성훈 외11인, 『성균관대 융복합 특강』, 성균관대학교출판부, 2014, p.55

¹³¹⁾ 박성희, 『공감학-어제와 오늘』, 학지사, 2004, p.17.

번역한 이는 버논 리(Venmon Lee)였으며, 그는 공감을 “지각되는 대상의 특성과 지각하는 주체의 활동을 병합하려는 경향”이라고 정의하였다.¹³²⁾ 심리학에서 공감이라는 용어를 처음 사용한 것은 립스(Lipps)와 프랜들(Prandtl)이라고 할 수 있다. 립스에 따르면, 공감은 ‘지각자가 자신을 지각의 대상 속으로 투사하는 경향성’을 의미한다. 티치너는 이러한 립스의 공감 개념을 빌려왔으며 히랍어인 ‘*empathia*’로 번역하였고 결국 지금의 ‘*empathy*’라는 용어가 탄생되었다. 그는 타인의 정신적인 과정이나 의식에 의식적인 유추를 통하여서는 접근할 수 없으며, 오로지 ‘마음의 근육 안에서(in the mind's muscle)’라고 하는 내적 모방을 통해서만 접근할 수 있다고 하였다. 또한, 공감적 경향이란 일종의 우애를 통해 주변을 인간화, 인격화하는 일반적 경향이라 정의하였다. 그의 공감은 타인의 정서를 알아가보는 방식과 사회적-인지적 결합을 촉진하는 두 개념으로 압축되어있다.¹³³⁾ 정서적인 교류는 상대방의 감정에 대한 이해와 경험을 공유하며, 하나가 아닌 복합적인 상호작용의 과정에서 발생하게 된다.¹³⁴⁾ 정서적 교류를 바탕으로 이루어지는 상호작용은 양방향적 특징을 가지고 서로에게 심리적 영향을 끼친다. 상호작용하는 상대방의 태도와 감정, 행동에 대하여 이해하는 과정 속에서 공감을 느끼고 서로 연결된 느낌을 받는다. 상호작용에서 사회적 현존감(Social presence)을 강하게 느낄수록 상호작용하는 상대방과 더욱 강한 결속력을 경험하게 된다. 이러한 정서적 교류를 통한 공감의 형성은 자기대상(Selfobject)에 있어서도 중요한 요인이다. 자기심리학에서 자기를 건강하게 발달시키기 위해서는 자기대상(Selfobject)과의 상호작용에서 적절한 반응을 받아야 한다. 공감적인 반응을 받는 자기

¹³²⁾ R. Wellek, *Discriminations : Further Concepts of criticism*. New Heaven: Yale university Press. 1970, p.63.

¹³³⁾ 박성희, 『공감학-어제와 오늘』, 학지사, 2004, p.19.

¹³⁴⁾ M. H. Davis, "A multidimensional approach to individual differences in empathy". *Catalog of Selected Documents in Psychology* Vol.10, 1980, pp.85-101.

자신이 충분히 좋다고 지각하는 경우, 자기 대상에게 받는 공감은 자신의 감정을 조절할 수 있게 된다. 예컨대, 좌절의 경험에서 자신의 감정을 스스로 진정시키거나, 달래를 경험을 쌓을 수 있게 되며, 이 경험의 반복을 통해서 자신의 감정을 이해하고 조절하는 능력을 내면화시킬 수 있게 된다.¹³⁵⁾ 예컨대, 주거, 취업, 결혼, 출산, 경쟁 등에 대한 스트레스는 불안과 우울, 무력감등을 일으키고 자존감을 떨어뜨리는 요인이다. 이러한 문제들을 극복하며 건강한 삶을 살아가기 위해서는 공감적인 정서의 반응이 필요하며, 적절한 반응을 지속적으로 수용한 결과 인간은 우호적인 시선과 행동, 인정 등이다. 자기는 자신의 욕구를 채워주는 이상화자기대상(Idealization Selfobject)의 긍정적인 반응의 경험을 통해 타인의 자질에 감탄하거나 공감할 수 있는 성숙한 대인관계를 형성하고, 창조적인 활동을 할 수 있게 된다. 이러한 공감을 통한 성숙한 대인관계는 온전하게 자기를 이루는 것으로 볼 수 있다.¹³⁶⁾ 충분한 공감을 통한 좌절은 현실과 타협할 수 있게 되며, 현실적인 자존감과 자기주장, 현실적 목표와 야망을 가질 수 있게 된다.¹³⁷⁾

3) 사회적 몰입을 통한 직접참여

자기대상(Selfobject)은 인간이 홀로는 이룰 수 없는 심리적인 대리자 역할을 한다.¹³⁸⁾ 몰입은 활동에 집중할 때 자신을 둘러싼 환경의 일부가

135) 박선영, 조용주, 「부모의 공감적 정서반응과 자녀의 내현적 자기애와의 관계: 부모의 합리적 설명으로 조절된 자녀의 자기위로능력의 매개효과」, 한국청소년연구, 제30권 4호, 2019, p.12.

136) 최서현, 「대학생의 자기 대상 경험과 자기애 간의 관계」, 부산대학교대학원 석사학위논문, 2017. p.11.

137) 곽인희, 「초기 성인의 자기 대상 경험과 건강한 자기애의 관계에서 공감 지각과 자기위로 능력의 매개효과」, 가톨릭대학교 교육 대학원 상담 교육 전공, 석사학위논문, 2021, p.2.

138) 홍이화, 앞의 책, 한국심리치료학회, 2011, p.52.

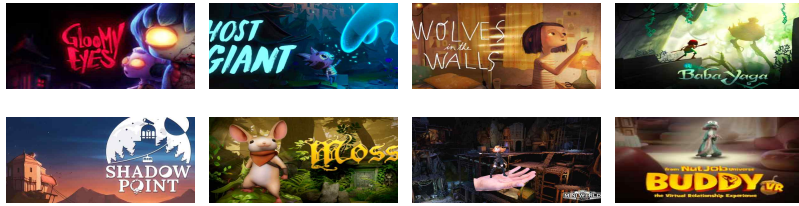
되어 인식하거나 매개하고 있는 매개체를 인식하지 않지 않게 되는 상호 작용하는 객체에 집중하는 상태라고 볼 수 있다. 관심이나 주의를 두는 현상까지 몰입으로 볼 수 있다. 사회적 현존감(Social presence)에서 몰입은 어떠한 대상에 대하여 자신이 관련된다고 느낌과 동시에 흥미와 관심을 갖고 주의를 기울이는 상태라고 말할 수 있다. 자기대상(Selfobject)에서 또한 이러한 몰입이 동반된 상태에서 자기를 발달시킬 수 있다.

Ⅲ. 가상현실 애니메이션의 사회적 현존감과 자기대상

1. 가상적 대상의 사회적 현존감

본 장에서는 사회적 현존감(Social presence)의 자기대상(Selfobject) 분석 가능성을 확인하기 위해 앞서 사회적 현존감(Social presence)의 하위 요인인 상호작용적 요인과 정서적 요인 그리고 몰입적인 요인을 자기대상(Selfobject) 요소에 적용하고, 각 특성을 도출 및 분석한다. 사례 작품은 연구목적에도 논의한 바와 같이 다음의 기준을 충족한 작품으로 선정하였다. 첫째, 작품 내에서 상호작용이 가능해야 한다. 전달식의 가상현실 애니메이션은 현존감(Presence)을 떨어트릴 수 있는 요인이기 때문이다. 둘째, 직접적인 참여를 통한 행동이 가능해야 한다. 비오카(Bioca)(2003)에 따르면 가상현실에서 사용자가 행동하지 않을 경우, 작품에 대한 몰입이 낮아지고, 작품의 의도를 파악하기 어려워지기 때문이다. 셋째, 1인칭 시점에서 역할을 가지고 있어야 한다. 사회적 현존감(Social presence)은 가상의 대상과 정서적 거리가 비교적 가까워야 효과를 가지게 된다.¹³⁹⁾ 역할이 없는 일종의 ‘미디어 유령’과 같은 형태의 관찰자적 시점은 작품에 대한 소속감이 떨어지며, 정서적 대화에 다소 어려움을 느낄 수 있기 때문이다. 현재 이러한 연구대상의 기준 적합한 가상현실 애니메이션은 약 10여 편으로 이 중 카테고리가 'Animation'으로 분류된 것과 직접적인 체험을 위주로 진행되는 작품을 추린 결과 총 8편으로 나타났다. 그 중 사용자가 1인칭 시점에서 역할을 가지며, 직접적인 상호작용을 통하여 정서적 스토리 진행이 가능한 작품을 세 가지를 선정하였다.

¹³⁹⁾ 황하성, 앞의 책, 언론과학연구, 제7권 제2호, 2007, pp.541-543.



[그림 4] Interactive VR Animation 작품

첫 번째 사례 작품은 오쿨러스의 VR영화 스타트업 스튜디오인 페이블(Fable)의 첫 프로젝트 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>를 선정하였다. 이 작품은 영국의 동화작가 닐 게이먼(Neil Gaiman)과 만화가이자 일러스트레이터 인 데이브 맥킨(Dave McKean)의 동명의 그림동화 <The Wolves In The Walls>를 원작으로 제작되었다.



[그림 5] 벽 속의 늑대들(Wolves in the walls) (출처: FableStudio)

작품의 내용은 벽 속 의문의 소리를 찾아가는 8살 소녀 주인공 루시(Lucy)와 그녀의 상상 친구인 사용자가 전반적인 이야기를 이끄는데, <증거가 필요해(We Need Proof)>, <모든 것이 끝났어(It's All Over)>, <그들은 어디에나 있어(They're Everywhere)>등의 총 세 개의 챕터로 이루어져 있다. 첫 번째와 두 번째 챕터는 루시와 사용자가 벽속의 소리를 추적한

끝에 늑대가 있다는 사실을 발견하는 내용으로 사용자는 루시의 추리를 돕기 위해 그녀의 행동을 따라하거나 물건을 조작하는 방법을 학습한다. 물건의 사용을 터득하고 그와 함께 스토리가 진행될수록 이야기의 퍼즐을 맞춰나간다. 마지막 세 번째 챕터는 늑대의 정체를 밝히고, 그녀의 가족과 함께 늑대를 물리치는 내용으로 앞서 두 챕터에서 학습한 상호작용을 활용하면서 스토리의 클라이맥스로 연결되며 결론으로 이어진다. 전반적으로 직접적인 상호작용과 사용자 역할의 의존도 그리고 사용자의 선택에 따른 결과의 변화가 실제로 관계를 형성하는 사용자와 대상(사물 혹은 인간 등)의 형태로 진행되어 선정하였다. 특히 대상의 ‘공감적 반응’이라는 측면에서 바라볼 때 작품의 주인공만이 인식할 수 있는 상상 친구인 사용자가 내용을 이끌어 나가며 쌓게 되는 높은 유대감을 통하여 공감적 반응을 이끌어 내는 것이 가능하기 때문이다.



[그림 6] 주인공 루이스와 고스트자이언트(출처 : IGN)

두 번째 사례 작품은 스웨덴의 작가 사라 버그마르크 엘프그렌(Sara Bergmark Elfgren)과 비디오 게임 개발사 조잉크 게임즈(Zoink Games)에서 출시한<고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>이다. <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>는 어린 고양이 소년 루이스(Louis)와 거대하고 투명한

유령의 역할인 사용자의 우정을 다룬 작품이다. 샌코트(Sancourt)마을 외곽에서 해바라기 농장을 운영하는 가난하고 외로운 소년 루이스는 아픈 엄마를 위해 숲이나 마을 또는 항구와 무덤 등에서 사용자인 유령 거인과 함께 이웃을 돕는 줄거리로 총 13개의 에피소드로 진행된다. 작품 초반부터 오로지 주인공의 눈에만 보이는 사용자가 주인공이나 주변 대상에 대한 상호작용만을 진행하는 특징을 가지는데, 특히 이야기 초반에 사용자를 두려워하는 주인공의 상호작용 반응과 시간의 흐름에 따라 사용자와 함께 문제를 해결해나가며 주인공의 반응이 변화되며 유대감의 관계가 표현된다. 또한 사용자가 주인공을 쓰다듬거나 하이파이브를 하도록 유도하는 주인공의 대사 및 행동과 그 외의 행동은 오로지 도구를 사용하여 움직일 수 있는 등의 제한적인 사용자의 상호작용 방법이 대상에 대한 의존도를 높이면서 사회적 공감을 일으키기에 선정하였다.



[그림 7] 바바야가(BaBa Yaga) (출처 : Baobab Studio)

마지막 세 번째 사례 작품은 마티아스 쉘부르주(Mathias Chelebourg)와 에릭 다넬(Eric Darnell)이 공동 감독으로 제작하여 바오밥스튜디오(Baobab Studios)에서 출시한 <바바야가(BabaYaga)(2021)>이다. 작품의 내용은 치명적인 병에 걸린 마을의 추장인 어머니를 구하려는 마그다(Magda)와 그녀의 언니인 사샤(Sacha)와 함께 금지된 열대 우림으로 들어가 수수

껌끼의 마녀 바바야가(Babayaga)에게서 치료제를 구해 마을과 어머니를 구하는 이야기이다. 사용자는 주인공의 언니인 사샤의 역할을 부여받는다. 작품의 첫 장면부터 주인공인 마그다는 그녀의 어머니와의 대화와 더불어 사용자를 바라보는 시선처리 및 행동으로 사용자에게 주인공의 언니라는 역할을 인지시킨다. 사용자는 사샤라는 이름을 부여받은 후 주인공의 직접적인 지시사항에 따라 상호작용의 방법을 따라하며 내용을 전개시키는데, 사용자의 행동에 따른 캐릭터의 대사나 상황의 변화로 자연스럽게 능동적인 상호작용을 유도한다. 특히 마지막에 사용자의 선택에 따른 내용의 변화를 여러 결말을 통하여 제시하는데, 비선형적 내러티브의 진행으로 사용자의 참여도와 몰입을 이끈다. 이상의 세 작품을 사례 작품으로 선정하여, 사회적 현존감(Social presence)과 자기대상(Selfobject) 요인을 도출 및 분석하고자 한다. 현재까지의 연구에서 사회적 현존감(Social presence)에 대한 척도기준은 양극단적인 의미의 차별이나 대상과의 상호작용을 통하여 인식하는 대상 또는 대상에 대한 사용자의 친밀감이나 사회적 판단, 공존감, 정서적인 유대감 등이 있다. 이러한 것은 가상현실 애니메이션이 가지는 특성보다 사용자의 행동과 상황적 측면을 살펴보아야 한다는 것을 뜻한다. 보편적으로 분석 항목은 가상현실 속 사용자의 행동이나 상황, 캐릭터와 의사소통, 도구 또는 물체의 사용, UI(User Interface)와 같은 시각적 요소를 활용하는 행동 등이 있다. 사용자의 감정적 경험 차원의 사회적 현존감(Social presence)의 분석이기 때문에 단순히 ‘사용’이 아닌 ‘상황’의 판단으로 바라보아야 한다. 예컨대 가상 속 도구(물체)를 사용하면서 느끼는 사회적 현존감(Social presence)은 캐릭터의 상호작용과 함께 제시된다. 가상현실의 가상 도구는 그동안 시뮬레이션의 효과로 다양한 분야에서 신체적으로 논의되어 왔다. 하지만 엄밀히 말하자면 사회적 현존감(Social presence)으로써 분석하였을 경우, 가상도구의 ‘사용’의 측면이 아

닌 도구를 사용하는 사용자의 ‘상황’함께 판단되어야 한다. 따라서 본 연구는 단순히 현실과 같은 행동으로 인하여 인간의 현실 기억을 되살린다는 객관적 경험이 아닌 상황에 대한 인간의 주관적 경험과 판단에 대하여 논의하고자 한다. 예컨대 현실의 ‘연필’은 ‘쓴다’, ‘공부’ 등의 객관적인 이미지를 가지고 있다. 하지만 인간의 주관적 경험에 근거하게 될 경우 ‘연필’은 각기 다른 이미지로 연상될 수 있다. 이미지를 연상하고 인지하는 인간의 심리적 특성 때문에 감정(정서)적인 측면의 연구는 상황과 연출 등 종합적으로 살펴보아야 한다. 이에 다음에서는 가상현실 애니메이션 장면에서 사용자가 가상 속 대상과 상호작용하는 상황에 초점을 맞추어 사회적 현존감(Social presence)의 구성요인인 상호작용적 요인과 정서적 요인 그리고 몰입적 요인을 살펴본다. 상호작용적 요인은 사용자가 가상 속 대상에 대하여 반응하고 영향을 끼치는 것을 말하는데, 가상의 캐릭터를 포함하여, 도구 또는 물체와 같이 여러 대상과 일어날 수 있으며, 각각의 형태도 다양하게 나타난다. 표현과 반응은 사용자에게 의하여 나타날 수도 있고, 가상현실의 대상이 사용자에게 유도하는 형태로 표현될 수 있다. 정서적 요인은 사용자와 대상과의 친밀한 감각이나 느낌을 나타내는데, 가상현실 애니메이션은 비선형 서사구조로 인하여 사용자가 직접적인 주체성을 띠고 있다. 그렇기에 대상과의 상황에서 예측하지 못한 주체적 행동을 하거나 사건이 일어나게 된다. 이 때문에 사용자의 정서적인 변화가 필수적으로 따라오게 되고, 간혹 주체적 행동은 언어적 또는 비언어적 형태로 표현된다. 몰입적 요인은 사용자가 상황이나 집단에 집중하게 되는 것을 말하는데, 사용자는 가상 속의 캐릭터나 특정한 상황에 관심을 받거나 주게 된다. 이러한 감정적 형태는 현실의 사회적 구성원과 같이 공존감이나 상호의존적 태도를 취한다. 이러한 상태는 가상 속 캐릭터의 상황을 인식 시킴과 동시에 사용자의 존재를 인식하고, 현존감(Presence)을 일으킨다.

1) 가상적 대상의 상호작용적 요인

[표 8] 가상적 대상의 상호작용적 요인 장면 예시

		
즉시적·지속적 요인	즉시적·지속적 요인	즉시적 요인
		
즉시적 요인	즉시적·지속적 요인	즉시적·지속적 요인
		
즉시적 요인	즉시적 요인	즉시적·지속적 요인
		
즉시적 요인	행동에 대한 동의	즉시적 요인

		
즉시적 요인	즉시적·지속적 요인	행동에 대한 동의
		
행동에 대한 동의	존재에 대한 동의	행동에 대한 동의
		
행동에 대한 동의	행동에 대한 동의	행동에 대한 동의
		
지속적 요인	행동에 대한 동의	행동에 대한 동의

상호작용적 요인을 살펴본 결과, 첫째, 사용자의 행동에 따라 즉시적으로 결과가 나타나며 영향을 보였다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 ‘크레용’의 경우 손으로 잡아 벽이나 종이 위에서 움직일 경우, 움직이는 방향과 속도에 맞게 선이 나타난다. 또는 잼이 든 병 기계에 라벨을 붙이는 기계의 레버를 돌렸을 때 나타나는 병으로 표현되었다.

또한 <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>의 사용자는 작품에 등장하는 모든 캐릭터에게 영향을 줄 수 있는데, 사용자가 가하는 행동에 놀라거나 주위를 두리번거리는 등 즉시적인 반응을 보였다. 또는 시각적인 형태의 변화로도 사용자의 영향을 보여주었는데, 캐릭터의 머리에 올려주는 도구나 모자에 따라 변화하는 캐릭터의 모습이 그 예이다.















둘째, 상호작용의 대상이 지속적으로 활용된다. 대부분의 가상현실 애니메이션의 도구나 문제는 일회적으로 사용된 후 사라지거나 본래의 상태로 돌아가는 형태를 띤다. 하지만 상호작용 요인으로서 도출한 대상은 사용한 직후 사라지지 않고, 캐릭터나 상황에 의하여 지속적으로 제시되었다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 사진기의 사진은 사진의 촬영 버튼을 누르는 것에 그치지 않고, 폴라로이드 카메라와 같이 사진이 즉시 나타난다. 이때 앞서 설명한 즉시성을 보이면서 출력된 사진이 사라지지 않고, 캐릭터와의 대화를 통하여 다시 언급되며 보인다. 또한 같은 작품의 ‘크레용’의 ‘그림’도 마찬가지로 앞서 사용자가 그렸던 그림이 작품 내용 마지막에 나타나며 지속적인 활용이 일어난다.






셋째, 상호작용 전후로 사용자의 의견에 대한 동의를 구한다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>에서 ‘유리병’이나 ‘크레용’을 사용하여 사용자의 행동을 유도할 때 사용자에게 동의를 구하는 대사나 행동을 제시한다. 또는 <바바야가(BabaYaga)(2021)>의 경우 주인공 캐릭터는 사용자의 선택에 대한 동의와 함께 도구를 제시한다. 또는 비언어적 형태로도 동의를 구하는데, 제시된 상황에서 상호작용이 일어나지 않을 경우, 불안하고 기대하는 시선이나 초조해하는 동작을 표현하며 무언의 동의를 구한다. 또한 만약 사용자가 끝까지 상호작용의 행동을 진행하지 않을 경우 직접적인 대사를 통하여 동의를 구한다.

2) 가상적 대상의 정서적 요인

[표 9] 가상적 대상의 정서적 요인 장면 예시

		
자율성	자기가치성·자율성	자기가치성·자율성
		
자기가치성·자율성	친밀감	자기가치성·자율성
		
자기가치성·자율성	자기가치성·자율성	자기가치성·자율성
		
친밀감·자기가치성·자율성	자기가치성	자기가치성

		
자기가치성	자기가치성·자율성	자기가치성·친밀감
		
자기가치성·친밀감	자기가치성	자기가치성
		
친밀감·자율성	친밀감·자율성	친밀감
		
친밀감	친밀감	친밀감·
		
자기가치성·친밀감	친밀감	자기가치성

		
자기가치성·친밀감	자기가치성·친밀감	자기가치성
		
친밀감	친밀감	친밀감

가상현실 애니메이션의 정서적 요인은 가상의 캐릭터와 역할을 가진 사용자 간의 심리적 거리를 나타낸다. 특히 사례 작품에 표현된 사용자의 모습과 의사소통하는 캐릭터가 의인화되어 있다는 점에서 커뮤니케이션의 대사를 포함한 시선 등과 같은 비언어 커뮤니케이션이 함께 나타났다. 먼저 첫째, 상호작용 전후로 친밀감이 나타났다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 ‘사진기’는 주인공 루시가 사용자와 단 둘만의 비밀을 공유하는 도구로 등장하는데, 사진기를 통하여 루시의 비밀을 공유하는 사용자는 벽속에 늑대가 있다는 루시의 말을 믿지 않는 가족과 대조되며 정서적으로 효과를 가진다. 또는 처음 사용자의 신체를 그려줄 때나 문제를 해결할 때마다 표현되는 장난과 행동으로 친밀감을 보여준다. 특히 이러한 효과는 상호작용 결과에 따라 사용자를 인정하거나 칭찬 또는 믿음의 대사로도 확인할 수 있다. 예컨대 <바바야가(BabaYaga)(2021)>의 나뭇잎을 사용하여 불을 끄거나, 마법을 사용하여 어려움에서 도움을 준 것에 대하여 칭찬과 인정의 대사를 받는 것과 같다. <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>도 이와 마찬가지로 사용자가 미션을 해결하거나 캐릭터

에게 의사소통을 시도할 때마다 사용자에게 대한 친밀한 대사가 나타나고, 이와 함께 농담이나 유머적 대사가 친근한 태도로서 제시된다.



둘째, 사용자의 선택에 따른 문제의 해결이 가상 속 자기가치성으로 나타났다. 예컨대 <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)> 주인공 루이스는 어두운 길을 걷지 못하고 겁에 질려있는 상황에서 사용자가 비춰주는 손전등의 빛을 따라 문제를 해결한다. 이러한 해결의 상황은 손전등을 얼마나 오래 또는 효과적으로 비추어주었나는 행동과는 별개로 사용자의 존재 자체의 가치에 대한 평가 및 판단의 대사가 나타난다. 또한 <바바야가(Baba Yaga)(2021)>의 ‘가면’의 경우, 사용자가 주인공을 대신하여 희생함으로써 가면을 쓰게 되면 나쁜 마녀로 변할 수 있다. 이때 사용자의 선택에 따라 나쁜 마녀가 되었을 때 숲을 가꾸는 모습이나 마녀가 되지 않았을 때 어머니의 병을 고치는 모습으로 표현된다. 이러한 장면의 표현은 사용자의 선택 혹은 존재에 대한 자기가치성을 보여준다. <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 마지막 장면에 제시되는 ‘크레용’은 ‘My Friend’라는 글자와 화살표가 그려진 도화지를 사용자에게 제시함으로써 자기가치성에 대하여 직접 표현하도록 유도하기도 한다.










셋째, 가상의 대상과의 감정표현의 자율성이 나타났다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 사용자는 주인공의 상상 친구라는 역할을 가지고 있다. 이러한 이유로 슬픔, 행복, 분노 등 다양한 형태로 사용자에게만 솔직하고 자유로운 감정표현이 이루어진다. <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>도 이와 같은 역할을 지니며 주인공 캐릭터의 감정을 직접적인 대사나 비언어적 커뮤니케이션으로 제시받고, 반대로 사용자의 감정을 표현하도록 유도 받는다. 예컨대 사용자의 감정에 따라 선택할 수 있는 물체의 사용이나 캐릭터와의 대화 등이다. 즉 제한되지 않은 행동과 감정적 표출의 유도가 작품의 내용과 무관한 상태로 표현된다.

3) 가상적 대상의 몰입적 요인

[표 10] 가상적 대상의 몰입적 요인 장면 예시

		
상호집중	상호집중	상호집중
		
상호집중	상호집중	상호집중
		
상호집중	상호집중	상호집중
		
상호집중	상호집중	상호집중

		
직접참여	직접참여	직접참여
		
직접참여	직접참여	직접참여
		
직접참여	직접참여	직접참여
		
직접참여	직접참여	직접참여
		
직접참여	직접참여	직접참여

		
직접참여	억압	억압
		
억압	억압	억압
		
억압	억압	억압

가상현실 애니메이션의 몰입적 요인은 가상적 대상에 대한 사용자의 관심이나 상호의존의 형태로 특히 집단 또는 공간에 대한 공동의 감정이나 지지나 행동적 지원을 통하여 나타날 수 있다. 이러한 측면을 살펴본 결과, 첫째, 사용자와 캐릭터 사이에 상호집중의 형태가 나타났다. 특히 단순히 캐릭터가 사용자에게 시선을 맞추거나 말을 거는 것과 동시에 사용자의 주의를 집중시키며 상호적인 상태의 관심을 교환한다. 특히 집중시키거나 집중하는 것의 행동과 더불어 2차적인 동작을 동시에 표현되었는데, 캐릭터가 사용자에게 집중하고 있다는 것을 표현함과 동시에 사용자가 캐릭터에게 상호집중의 상태를 유도하였다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 주인공 루시가 사용자에게 자신의 상황에 대하여 이

야기하거나 진행될 사건에 대하여 설명하며 이동하는 중 설명이나 행동이 끝나지 않았음에도 갑자기 사용자를 향하여 돌아보거나, 사용자에게 질문하는 등의 행동이다. <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>의 경우, 아무도 인지하지 못하는 사용자의 존재를 지속적으로 관심을 주며, 도움을 구하는 대사를 제시함으로써 상호집중의 상태를 표현한다. <바바야가(Baba Yaga)(2021)> 또한 동작 중간에 나타난 캐릭터의 시선이나 대화 유도하였는데, 특히 작품에 등장하는 내레이션과 함께 시선을 유도하는 풀씨와 이어지는 장면의 캐릭터의 시선이 상호집중을 표현하였다.

둘째, 사용자에게 직접참여를 하도록 유도된 대사 및 행동 등이 나타났다. 예컨대 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>에서 사진기를 드는 방법이나 잼이 든 병에 라벨을 붙이는 기계의 사용방법 그리고 소리가 나는 벽 위에 표시하기 위한 크레용의 사용방법을 가상의 캐릭터가 직접 사용한 후 제시함으로써 직접적인 행동을 유도한다. 특히 상호작용을 하기 전에 나타나는 유도의 행동으로 사용자가 이를 사용하지 않거나 상호작용을 거부할 경우, 직접적인 대사로서 제시됨으로써 사용자의 직접적 참여의 행동을 이끈다. <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>와 <바바야가(Baba Yaga)(2021)> 경우도 직접참여에 대한 유도를 이끄는데, 앞서 직접 수행하며 따라하도록 유도하는 것과 달리, 직접적인 사용설명의 글자를 제시하거나, 대사를 통하여 사용자의 직접적인 참여를 유도한다.

셋째, 사용자의 존재를 억압시키는 행동 및 장면이 나타났다. 사회적 현존감(Social presence)의 몰입적인 요인의 측면과 다소 반대적인 측면의 장면일 수 있으나 간혹 가상의 캐릭터 또는 작품의 상황은 사용자에게 집중되던 관심과 존재감을 무시하게 된다. 하지만 곧 다시 사용자의 존재를 인지하게 되는데, 예컨대 <고스트 자이언트(Ghost Giant)(2020)>는 주인공 루이스가 상황이 나빠지거나 문제가 생겼을 경우, 혼잣말을 중얼거린다.

이때 사용자의 존재를 신경 쓰지 않으며, 오로지 자신의 감정만을 표출한다. 사용자는 이러한 분리의 상황에서 그저 관망할 수밖에 없으며, 이러한 관망은 몰입의 상태로 만든다. 즉 사용자가 상황 자체에 충분히 몰입할 시간을 제시한다. 이러한 장면은 <벽 속의 늑대들(Wolves in the walls)(2020)>의 경우, 보다 직접적인 형태로 나타나는데, 자신의 말을 아무도 믿지 않는 상황에서 상상 친구인 사용자의 신체를 지움과 동시에 상황을 설명할 수 있는 이미지 슬라이드 형식의 장면이 제시된다. 즉 장면의 설명이 필요한 상황에서는 사용자의 행동이나 존재를 억압함으로써 관계된 것에 몰입할 수 있도록 필터링으로써 표현된다.

[표 11] 가상적 대상의 사회적 현존감 요인 도출 결과

구분	유형	특징
1	상호작용적 요인	1) 즉시성 2) 지속성 3) 동의
2	정서적 요인	1) 친밀감 2) 자기가치성 3) 자율성
3	몰입적 요인	1) 상호집중 2) 집적참여 3) 억압

전체적으로 가상현실 애니메이션 사례 작품에서 사회적 현존감(Social presence)의 상호작용적, 정서적, 몰입적 측면의 요인을 도출 및 분석한 결과 다음과 같이 나타났다. 먼저 첫째, 상호작용적 요인은 가상현실에서 사용자가 가상현실에서 행동함과 동시에 즉시적으로 결과가 나타났다. 이러한 측면은 가상현실 애니메이션의 상호작용에서 행동과 반응에 대한 측면으로 내재적 존재로서 등장하는 사용자는 자신의 능동적인 참여를 통하여 즉시적인 결과를 통하여 확인할 수 있다. 특히 즉시성은 앞서 가상현실 애니메이션의 상호작용 요인에서 실시간적 상호작용으로 캐릭터 또는 작품

의 상황 속에서 완전한 일치를 느끼게 된다. 또한 지속적으로 사용자의 영향성이 나타났다. 사용자가 가상현실에서 행동한 것에 대하여 일회적으로 끝나지 않음을 캐릭터의 대사나 시각적 이미지를 통하여 나타났다. 이러한 측면은 가상현실 애니메이션의 직접적인 상호작용과 같이 사용자에게 의한 영향력을 직접적이고, 구조적으로 확인할 수 있도록 만든다. 또한 마지막으로 사용자의 의지에 대한 동의의 형태가 나타났다. 가상현실 속 사용자는 내재적 존재로서 역할을 부여받고, 역할에 따른 스토리를 직접적인 참여로 진행하게 된다. 이러한 진행은 캐릭터와의 상호작용을 통하여 가능한데, 단순히 정해진 이야기의 틀을 벗어나 사용자가 직접 선택한 것에 대하여 결과가 달라지거나 캐릭터의 태도가 달라지는 등 사용자에게 자유도를 제공한다. 이때 사용자의 선택에 대하여 캐릭터나 작품의 상황은 동의하거나 지지하는 것과 같은 칭찬과 관심을 보인다. 이러한 측면은 앞서 지속성과 같이 가상현실 속 사용자의 영향력과 의지에 대한 지원을 보여준다. 특히 사용자의 어떠한 선택에도 동의와 지지를 보내며 집중과 관심을 통한 내재적 존재로서의 힘을 확인하도록 만든다.

둘째, 정서적 요인은 가상현실에서 사용자와 캐릭터가 상호작용하기 전후로 친밀감으로 나타났다. 상호작용을 이루기 전에는 상황 및 역할의 특성으로 인하여 캐릭터와의 친밀감을 나타내었으며, 상호작용을 이룬 후에는 사용자의 행동에 대한 결과에 대하여 보상적으로 친밀함을 표현하였다. 친밀함은 심리적인 근접성을 포함하는데, 심리적으로 작품 또는 가상의 캐릭터와 가까워지기 위해서 사용자의 능동적이고, 주체적인 판단을 필요로 한다. 특히 가상현실 애니메이션의 비선형적 서사에 따라 사용자는 주체성과 같이 의지와 판단이 들어간 작품의 흐름은 사용자와 캐릭터간의 정서적 유대감을 형성하도록 돕는다. 또한 사용자의 선택에 따라 달라지는 결과와 문제의 해결 상황으로 사용자 자신의 자기가치를 판단 및 평가하도록 나

타났다. 특히 가상 속 캐릭터의 칭찬이나 지지 그리고 긍정적인 장면의 흐름은 자기 가치에 대한 긍정적 판단의 기준을 보여준다. 또한 가상현실 애니메이션의 캐릭터가 사용자에게 제시하는 직접적이고, 실질적인 칭찬을 제시와 더불어 사용자 스스로가 주체적으로 자신의 가치를 판단할 수 있는 상황을 제시함으로 가상 속 가상의 플레이어 역할에 대한 자기가치성을 인지하게 된다. 이러한 인지는 작품 속 캐릭터의 사건이나 감정에 사용자를 끌어들이는 것이다. 마지막 정서적 요인으로 감정표현에 대한 자율성이 나타났다. 사용자는 캐릭터의 자유로운 또는 솔직한 감정을 제공받으며, 자신의 감정을 반사하여 표출하도록 상황이나 선택으로 유도 받는다. 사용자의 감정에 따라 선택된 상황은 감정 뿐 아니라 행동적으로 사용자의 의지를 자유롭게 표현할 수 있도록 나타났는데, 사용자의 선택에 따라 가정의 표현이 됨으로써 자율성을 획득하게 만든다.

셋째, 몰입 요인은 가상 속 캐릭터와 상호집중으로 나타났다. 특히 집중에 대하여 사용자가 아닌 캐릭터의 집중이 나타났는데, 사용자에게 대한 캐릭터의 집중은 가상현실 애니메이션의 몰입 요인과 같이 지속적인 관심이라는 자극을 전달하고, 이로 인하여 캐릭터를 넘어 사용자 자신의 역할에 집중 및 몰입하도록 만든다. 또한 사용자의 직접참여를 유도하는 형태로 나타났다. 특히 상호작용을 통한 몰입과 같이 실제와 같은 행동 및 상황의 흐름은 사용자가 작품의 내용에 집중하도록 하고, 특히 직접적인 행동의 결과를 경험으로써 시각적 감각을 넘어 신체적 감각으로 넓혀져 몰입할 수 있도록 만든다. 또한 사용자의 존재를 억압하는 형태로 나타났다. 가상현실 애니메이션에 나타난 억압은 몰입을 강화하는 형태로 나타났는데, 작품의 내용이나 캐릭터의 감정을 인지하는 것에 불필요한 요소를 차단함으로써 집중할 수 있도록 한다.

2. 가상현실 애니메이션의 자기대상 요소

1) 가상현실 애니메이션의 거울자기대상







다음은 자기대상(Selfobject) 요소 중 반향의 특성을 가진 거울자기대상(Mirroring Selfobject)을 분류 및 도출하였다. 거울자기대상(Mirroring Selfobject)의 유형은 코헛의 임상실험을 바탕으로 인정하기, 칭찬하기, 기억하기, 기다리기, 기회주기로 총 5가지로 분류하였다. 또한 각각의 상황, 대사, 행동으로 종합적인 측면으로 살펴보고자 한다.






(1) 인정하기

먼저 거울자기대상(Mirroring Selfobject)의 ‘인정하기’ 유형이 나타난 장면이다. ‘인정하기’는 자기대상(Selfobject)이 자기를 인정해주기를 바라는 욕구를 충족해주는 것으로 감사의 인사와 같은 표현으로 나타난다.

[표 12] 거울자기대상 중 ‘인정하기’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	주인공이 사용자의 몸을 그려준 상황
		대사	“내 생각에는 돼지인형이 널 좋아하는 것 같아”

2		상황	처음 만나 두려움에 떠는 주인공과 인사하는 상황
		대사	“고마워! 잘가”
3		상황	거대한 해바라기를 뽑고 바라보는 상황
		대사	“고마워”
		행동	도움의 행동
4		상황	사용자의 손길을 받아 기분 좋아하는 상황
		대사	“최고야!”
		행동	친밀함의 행동
5		상황	주인공을 마을까지 올 수 있도록 도와준 상황
		대사	“네가 없었다면 나는 절대 혼자 할 수 없었을 거야”
		행동	도움의 행동
6		상황	귀가 간지러운 주인공을 귀 긁어주는 상황
		대사	“귀가 간지러웠는데..고마워”
		행동	도움의 행동
7		상황	캔버스의 그림을 완성한 상황
		대사	“너는 진정한 예술가야!”
		행동	문제해결의 행동




8		상황	구름을 탄 주인공이 기뻐하는 상황
		대사	“네가 최고야!”
		행동	친밀함의 행동
9		상황	주인공에게 음악을 들려주는 상황
		대사	“브라보!”
		행동	문제해결의 행동
10		상황	마을로 돌아가는 버스에서 주인공이 사용자에게 따라오라고 지시하는 상황
		대사	“나의 단짝 유령친구야”
11		상황	종이가 날아가 우울한 주인공을 바라보는 상황
		대사	“휴, 고마워”
		행동	도움의 행동
12		상황	아픈 엄마를 위한 파이 굽는 것을 도와준 상황
		대사	“오! 고마워”
		행동	도움의 행동





‘인정하기’ 유형은 사용자가 주인공의 문제를 해결하고, 대화를 나누는 장면에서 나타났다. 주인공은 사용자의 존재를 인식하고, 정서적으로 교류의 상황에서 감사의 인사나 존재에 대한 호감의 대사를 나타낸다. 이때 대부분의 ‘인정하기’ 장면은 문제의 해결이 이야기의 흐름에 영향을 주지 않으며, 대상과 사용자의 감정적 상태를 교류하기 위한 장치로서 나타났다.

(2) 칭찬하기

다음은 '칭찬하기'의 유형이 나타난 장면이다. '칭찬하기'는 코헛의 임상실험에 따라 반영 경험에 포함된 '유도된 칭찬'과 '유도되지 않은 칭찬'으로 분류하였다. '유도된 칭찬'은 자기대상(Selfobject)이 사용자가 실행한 행동이나 상황의 결과에 따라 칭찬하는 것이며, '유도되지 않은 칭찬'은 사용자의 상태나 상황을 칭찬하는 것을 말한다.

[표 13] 거울자기대상 중 '칭찬하기'가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	카메라를 활용하여 늑대를 찍은 사용자를 칭찬하는 상황
		대사	“잘했어!”
2		상황	게임 속 늑대무리를 검으로 퇴치하여 돼지공주를 지킨 상황
		대사	“잘했어!”
		행동	문제해결의 행동
3		상황	늑대와의 싸움에서 이기고 주인공에게 돼지인형을 안겨주자 감사인사를 하는 상황
		행동	도움의 행동

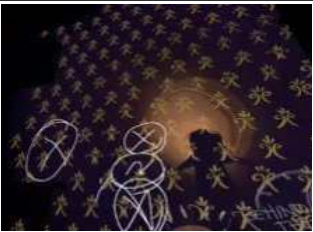


6		상황	어머니의 병을 고칠 수 있는 마법의 꽃을 찾는 여행에서 랜턴을 들어주는 상황
		대사	“고마워”
		행동	도움의 행동
7		상황	마녀를 무찌르고 주인공을 구한 상황
		대사	“마녀가 죽었어! 내가 날 살렸어!”
		행동	도움의 행동
9		상황	마법의 꽃을 구해와 어머니를 구한 상황
		대사	“고통이 사라졌어! 어떻게 했니!”
		행동	도움의 행동
10		상황	새로운 마녀가 되어 마법으로 숲에 풀과 꽃을 심어 완성한 상황
		대사	“잘했어! 숲이 아름다워졌어!”
		행동	문제해결의 행동

가상현실 애니메이션에서 ‘칭찬하기’의 유형은 대부분 사용자가 문제해결에 직접적 관여를 한 후 해결된 상황과 함께 대사의 형태로 나타났다. 즉 문제해결에 대한 직접적인 행동의 결과적 보상으로 나타났다. 이때 사용자가 접한 문제는 해결해야 다음 이야기의 흐름을 이어갈 수 있는 필수적 장면이다. 특히 앞서 보았던 ‘인정하기’는 문제해결의 장면이 아니더라도 주인공과의 감정적 교류의 장면에서 나타났다면, ‘칭찬하기’는 이야기의 흐름이 끝맺는 장면과 완료되는 상황에서 나타났다.

(3) 기억하기

다음의 장면은 ‘기억하기’의 유형이다. ‘기억하기’는 사용자가 이전 장면에 실행했던 행동이나 상황을 자기대상(Selfobject)이 상기시키며 유도하고, 사용자에게 관심을 가지고 있다는 것을 느끼게 하는 것을 말한다.

[표 14] 거울자기대상 중 ‘기억하기’가 나타난 장면



구분	장면	형태	내용
1		상황	주인공을 따라 벽으로 들어가려는 사용자의 앞에 나타난 벽에서 이전에 사용자가 실제로 그린 낙서를 발견하는 상황
2		상황	늑대를 물리친 후 평화로운 방안 선반에 전시되어 있는 나무판자 조각에서 사용자가 그린 그림이 발견되는 상황
3		상황	처음 주인공을 만났을 때 집이 부서지면서 떨어진 깃발을 마지막 장면에서 사용자가 혼자 바라보는 상황
4		상황	사용자가 마녀의 지팡이로 숲의 풀이나 꽃을 만든 후, 숲의 평화로운 모습을 보여주는 상황

가상현실 애니메이션에서 ‘기억하기’는 가상의 대상이 아닌 사용자의 행동에 대한 흔적을 제시하는 상황으로 나타났다. 이때 상황은 사용자의 이전 행동에 대한 흔적에 집중할 것을 강요하지 않으며, 자연스럽게 이전의 내용을 상기할 수 있도록 하였다. 특히 사용자의 직접 행동으로 인한 흔적을 개별성의 이미지로 제시되었으며, 사용자의 이전 선택이나 행동에 대한 결과를 사용자 스스로 관전하도록 나타났다.

(4) 기다리기

다음의 장면은 ‘기다리기’이다.¹⁴⁰⁾ 대상과 상호작용의 반응을 하지 않더라도 사용자의 말이나 행동 수행을 완료할 때까지 기다리며, 대상이 사용자에게 몰입해주는 일종의 몰입으로 나타났다.

[표 15] 거울자기대상 중 ‘기다리기’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	사용자가 녹대를 촬영해야 하는 상황에서 사용자의 시선 앞에 놓인 카메라
2		상황	주인공과 소리를 찾는 과정에서 사용자의 시선 앞에 놓인 유리컵

¹⁴⁰⁾ 본래 코헷의 임상실험에는 ‘경청’으로 나타나지만, 가상현실 애니메이션의 인위적 대상은 ‘귀를 귀 울어 듣다’라는 위 용어의 뜻과 적합하지 않아 ‘기다리기’로 대체하였다.



3		상황	돌 뒤로 숨어서 중얼거리는 주인공
4		상황	힘겹게 해바라기를 뽑으려 애쓰는 주인공
5		상황	다음 목적지가 표시되어 사용자의 시선 앞에 보이는 표지판
6		상황	사용자의 시선 앞에서 끊어진 다리 위에 서있는 주인공
7		상황	두 가지 결말의 선택상황에서 사용자의 시선 앞에 나타난 선택지
8		상황	암흑의 배경에서 사용자의 빛나는 손이 나타난 상황







가상현실 애니메이션에 나타난 ‘기다리기’는 상호작용의 방법을 유도하지 않으며, 사용자가 직접 인식하고 행동을 수행한다. 행동이 있기 전까지 결과가 나타나지 않거나 다른 방향이 제시되었다. 특히 사용자에게 이야기의 선택권을 넘겨주는 것은 사용자의 행동을 유도하며 집중을 보여주었다.

(5) 기회주기

다음은 ‘기회주기’유형의 장면이다. 코헛은 이 유형에 대하여 프로이트의 ‘무의식’개념으로 설명하였다. ‘자기’를 분석하는 과정은 이전까지 의식하지 못하였던 ‘자기’의 모습을 의식적으로 만든다. 같은 맥락으로 자기대상(Selfobject)은 ‘날고 싶은 소원을 가진 사람’이나 ‘물건을 던지고 싶은 사람의 소원’을 자유롭게 표현하도록 만든다. 이것은 무의식을 알아보는 과정으로 ‘자기’를 인정받고, 억압된 의식으로부터 자유로움을 느끼게 만드는 것과 같다.

[표 16] 거울자기대상 중 ‘기회주기’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	주인공이 카메라로 늑대를 찾기를 지시하는 상황
		대사	“자 어서 받아”
2		상황	주인공이 돋보기로 사진을 바라보기를 지시하는 상황
		대사	“봐봐!”

3		상황	주인공이 잼 라벨기계를 사용하는 방법을 알려주는 상황
		대사	“레버를 돌리고, 잼을 선반 위에 올려두면 돼”
4		상황	주인공이 옆방의 말을 듣기 위해 유리병 전화기를 건네주는 상황
5		상황	주인공이 소리가 나는 벽의 지점에 마크하기를 지시하는 상황
		대사	“어서 받아! 마크해”
6		상황	실험도구를 사용하여 약품을 만들기를 지시하는 상황
7		상황	지금까지 이야기를 함께 진행해준 사용자에게 작품 크레딧에 직접 이름을 적을 수 있는 크레파스는 건네주는 상황
8		상황	거대한 해바라기밭을 바라보는 상황
		대사	“힘내 너는 할 수 있어!”

9		상황	물이 필요한 밭 위의 비구름을 바라 보는 상황
		대사	“어서 비를 내려봐!”
10		상황	새로운 마녀로 마법을 배우는 상황
		대사	“어서 해봐”

‘기회주기’는 앞서 살펴 본 ‘기다리기’와 같이 사용자의 행동을 유도하며, 사용자의 시선 앞에 제시하거나 기다리기와 같은 행동적인 유도의 형태(Affordance)를 나타낸다. 다만 기다리기와 달리 시간이 지남에 따라 혹은 사용자가 상호작용을 불이행할 시 직접적으로 제시된다.

2) 가상현실 애니메이션의 이상화자기대상



다음은 자기대상(Selfobject) 요소 중 선망과 의지의 속성을 가진 이상화자기대상(Idealization Selfobject)을 분류 및 도출하였다. 이상화자기대상(Idealization Selfobject)의 유형은 코헛의 임상실험을 바탕으로 ‘위로’와 ‘보호’로 총 2가지로 분류하여, 각 장면에 표현된 상황에 대하여 살펴 보았다.

(1) 위로

‘위로’유형은 진정되는 마음 또는 안정적인 상태에 대한 욕구가 경험적으

로 지혜와 힘을 가진 이에게 의지하며 선망하게 된다.

[표 17] 가상현실 애니메이션의 자기대상 중 ‘위로’가 나타난 장면




구분	장면	형태	내용
1		상황	손이 없어 사진기를 들지 못하는 사용자에게 손을 그려주는 주인공
2		상황	새로운 마녀가 되어야 하는 상황에서 스스로 가면을 쓰고, 사용자를 탈출시키는 주인공

가상현실 애니메이션에 나타난 ‘위로’ 유형은 작품의 내용에서 사용자의 상호작용이 끊겼을 때 나타났다. 특히 캐릭터의 힘과 영향성을 확인할 때 표현되었는데, ‘위로’유형의 장면을 통하여 사용자는 캐릭터의 행동에 따르는 결과로 자신의 힘을 인지하게 된다. 즉 다시 말해 사용자가 캐릭터의 힘을 통하여 플레이어 자신도 힘을 얻게 되고, 그럼으로써 작품에 대한 영향력을 행사할 수 있게 된다.

(2) 보호

‘보호’는 이상화자기대상(Idealization Selfobject)과의 연결을 통하여 안정감과 고요함 또는 완전하게 인식되어지는 힘을 통한 자기(Self)의 상태를 느끼는데, 위험한 상황이나 대상과 같은 요소로부터 안전하고, 보호받는다는 것을 의미한다.

[표 18] 가상현실 애니메이션의 자기대상 중 ‘보호’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	벽에 낙서하는 것을 엄마에게 들켜 혼이 나는 상황에서 사용자의 손을 잡고 공간을 이동하는 주인공
2		상황	사용자의 몸을 아빠 몰래 상자 뒤로 숨기는 주인공
3		상황	늑대로부터 도망치는 도중 넘어진 사용자에게 손을 내미는 주인공

‘보호’의 장면은 위험 또는 비밀적인 상황에서 나타났다. 특히 시각적인 공간의 연출로서 어둡고, 막혀있거나, 답답한 시점으로 사용자의 시야가 차단되는 장면으로 나타났는데, 사용자의 행동에 대한 제한은 없으나 이러한 공간적 폐쇄와 함께 등장하는 가상 속 캐릭터에게 영향성이 나타나지 않는 상황으로 표현되었다.


3) 가상현실 애니메이션의 쌍둥이자기대상

다음은 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)으로 본래 거울자기대상(Mirroring Selfobject)과 동일시하다가 코헛의 마지막 연구에서 독자적으로 분리되어 논의되었다. 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)은 코헛이 시행한 임상분석 결과에서 거울자기대상(Mirroring Selfobject)과 유사성을 띄고 있다. 하지만 모방한 행동에 대한 ‘자기’의 행동을 인정받는 거울자기대상(Mirroring Selfobject)과 달리 대상을 따라하면서 경험을 공유 받는 것이 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)으로서 분리할 수 있는 요인이다. ‘모방’은 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)의 중요한 기능으로 코헛의 임상실험에서 나타난 모방의 형태를 크게 ‘감정일치’, ‘행동일치’, ‘존재일치’로 나누어 분석하였다.

(1) 감정일치

다음의 장면은 가상현실 애니메이션에서 ‘감정일치’의 유형을 분류한 것이다. ‘감정일치’는 자기대상(Selfobject)의 감정과 사용자가 공유되어서 느끼는 감정이 일치되고, 깊이 동감하는 것을 말한다. 코헛에 따르면 인간의 감정은 타자의 감정을 대리적으로 느낄 수 있는데, 이것은 마치 수면에 물결이 퍼지듯 인간 사이의 ‘공명(혹은 울림)’이 일어난다.

[표 19] 쌍둥이자기대상 중 ‘감정일치’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	엄마의 생각을 유리병으로 함께 듣는 상황
		대사	(벽 속의 소리) “큰일이야, 요즘 아이의 망상이 심해지고 있어”
		행동	친밀함의 행동




2		상황	쓰러진 사용자에게 주인공이 손을 뻗는 상황
		대사	“어서 손을 잡아!”
		행동	친밀함의 행동
3		상황	신기한 사용자를 주인공이 만져보는 상황
		대사	“우와 너 정말 유령이구나!”
		행동	친밀함의 행동
4		상황	피아노 치는 주인공과 사용자 주변에 별이 나타난 상황
		행동	친밀함의 행동
5		상황	아픈 엄마를 위해 첼로를 연주하는 상황
		행동	도움의 행동

‘감정일치’의 측면에서 살펴본 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)의 장면은 주인공과 같은 상황에 빠졌을 때 이야기의 분위기를 체험할 수 있는 대사나 음악소리가 함께 나타났다. 이야기를 직접 설명하지 않더라도 하나의 감각이 나타날 때 다른 감각도 느껴지는 공감각과 같이 이야기의 분위기를 감정적 차원으로 느끼도록 만든다.

(2) 행동일치

다음은 가상현실 애니메이션에서 ‘행동일치’의 유형을 분류한 것이다. ‘행동일치’는 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)에서 코헛이 주장한 쌍둥이 욕구를 가장 직접적이고, 강하게 충족할 수 있는 유형이다. 행동의 일치를 통하여 동질의 감각을 확인하고, 외적인 것 뿐 아니라 정체성이나 기능적으로 유사성을 획득하며, 이로 인하여 안정과 편안함을 가질 수 있다.

[표 20] 쌍둥이자기대상 중 ‘행동일치’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	숨어있는 늑대를 찾는 상황
		행동	도움의 행동
2		상황	엄마를 도와 잼병에 라벨을 붙이는 상황
		대사	“라벨을 붙이고”
		행동	도움의 행동
3		상황	라벨이 붙여진 잼병을 선반위에 진열하는 상황
		대사	“선반에 올려두면 돼”
		행동	도움의 행동



4		상황	벽 속의 늑대소리를 듣고 위치를 확인하는 상황
		대사	“너도 거기에 표시해봐”
		행동	도움의 행동
5		상황	늑대에게서 집을 되찾기 위해 어두운 집안에 들어온 상황
		행동	도움의 행동
6		상황	늑대가 점유한 집의 방 안을 몰래 들여다 보는 상황
		행동	도움의 행동
7		상황	늑대에 의해 열리는 문의 손잡이를 잡고 있는 상황
		대사	“문 닫는 것 좀 도와줘!”
		행동	도움의 행동
8		상황	불붙은 아기 괴물 꽃을 구하는 상황
		대사	“세상에 우리가 무슨 짓을 한 거지! 도와줘!”
		행동	도움의 행동
9		상황	주인공과 비밀악수를 하는 상황
		대사	“와우 이거 좋다!”
		행동	친밀함의 행동

‘행동일치’는 비교적 다양한 형태로 나타났다. 특히 주인공이나 대상의 행동을 직접적으로 제시하여 사용자가 그대로 따라하도록 이야기가 진행되었다. 앞서 ‘감정일치’와 다르게 이야기보다 행동에 대한 초점이 맞추어져 행동이 비교적 복잡하고, 이야기의 직접적인 결과를 가져오는 상황으로 나타났다. 또한 행동이 일치했을 때의 결과가 긍정적인 상황으로 연결되며 행동에 대한 동기유발을 가져왔다. 특히 이러한 동기유발은 코헛이 설명한 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)을 통한 자기의 ‘재능과 기술적 보완’으로 설명할 수 있다. 예컨대 그림을 그리거나, 비밀 인사를 하거나, 적으로부터 문을 닫아주는 행동은 단순히 컨트롤러를 사용한 상호작용 뿐 아니라 사용자가 행동에 집중하면서 자연스럽게 학습한다. 경험을 통하여 다른 장면에서의 보다 수월한 상호작용을 일으킨다. 특히 행동일치의 행동은 가상의 캐릭터에 대한 도움의 행동이 나타났는데, 캐릭터는 사용자에게 행동에 대한 의견이나 의지를 물으며, 유도한다. 이러한 상호작용은 사용자가 캐릭터에게 도움을 줌으로써 캐릭터와 동질감을 갖도록 만든다.

(3) 존재일치

다음은 가상현실 애니메이션에서 ‘존재일치’의 유형을 분류한 것이다. ‘존재일치’는 코헛이 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)을 거울자기대상(Mirroring Selfobject)에서 분리시킬 때 ‘대체적 자아’라고 논했던 것이나 ‘인간이 아닌 것 같은’이라는 의미로 살펴볼 수 있다. 존재는 사용자의 현실의 존재와 더불어 가상에서 디지털화 된 가상 존재가 포함된다. 사용자가 현실의 존재를 가상대상과 일치시키는 것으로 코헛은 ‘제2의 자아’라는 표현으로 설명하였다. ‘존재일치’는 가상현실을 사용하고 있다는 인지적 감정에 앞서 현실의 ‘자기’가 가상의 ‘자기’로 변화하는 것을 의미한다.

[표 21] 쌍둥이자기대상 중 ‘존재일치’가 나타난 장면

구분	장면	형태	내용
1		상황	모든 상황이 끝난 후 그림을 그리는 상황
		행동	주인공 앞에 놓인 종이위에 그림을 따라 그리는 행동
2		상황	모든 상황이 끝난 후 주인공의 몸속으로 들어간 사용자에게 말을 거는 친구의 목소리를 듣는 상황
		대사	“너 괜찮아 루이스?”, “응, 괜찮은 것 같아”

‘존재일치’ 유형을 살펴본 결과 모든 사례에서 이야기의 종결 부분에 나타났다. 특히 자기대상(Selfobject)과의 일치 혹은 자기대상(Selfobject)이 아닌 가상현실 애니메이션의 사용자가 움직이는 플레이어 캐릭터 간의 일치를 보여주었다. ‘존재일치’는 앞서 보았던 ‘감정일치’와 같이 직접적인 지시는 없으나 오로지 상황을 통하여 대상과의 일치를 보이며 공감을 유발하였다. 예컨대 ‘행동일치’로 인하여 경험을 토대로 크레파스의 사용을 학습한 사용자는 앞에 놓인 종기와 ‘My Friend’라는 글자를 보았을 때 자신이 주인공의 상상 속 친구였음을 자각하며, 가상공간의 플레이어 캐릭터와의 일치를 통한 공감을 형성할 수 있다. 또한 모든 주인공의 몸 안으로 빨려 들어가는 연출이 나타난 후 암전 된 화면에 등장하는 대사는 마치 사용자가 주인공이 되어 친구의 이야기를 듣는 상황을 보여준다. 지금까지 주인공만이 사용자의 영향 아래에서 소통하며 타자로서 분리되어 있었다. 하지만 마지막 친구의 말이 가상공간의 밖에 있는 사용자에게 직접 묻는 질문의 영상으로 표현되며 사용자를 작품의 인물로 등장시키고, 플레이어

라는 타자가 아닌 주인공 또는 캐릭터라는 존재를 갖게 되며 일치를 통한 공감을 느낀다.

가상현실 애니메이션 사례 작품의 거울자기대상(Mirroring Selfobject), 이상화자기대상(Idealization Selfobject), 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject) 유형을 분석한 결과 다음과 같이 나타났다.

[표 22] 거울자기대상 요소 도출 결과

구분	자기대상	유형	특징
1	거울자기대상	인정하기	1) 상호작용 2) 공감
2		칭찬하기	1) 상호작용 2) 보상 3) 공감
3		기억하기	1) 상호작용 2) 직접참여 3) 공감
4		기다리기	1) 몰입
5		기회주기	1) 상호작용 2) 직접참여

먼저, 첫째 ‘인정하기’는 정서적 상태를 교류하는 것과 상호작용에 따른 영향성을 보이는 특징을 나타내었다. 정서적 상태를 교류하는 것과 상호작용에 따른 영향성을 보이는 특징을 나타내었다. 상호작용을 통하여 대상과의 감정교류가 대어나 행동으로 나타났다. 이는 다른 자기대상(Selfobject) 유형과 달리 사용자가 느끼는 감정에 따라 대상에게 인정받는 경험으로 느낄 수 있다는 점이다. 특히 감정적인 형태는 대상에 대한 의존과 신뢰성에 따라 차이를 가질 수 있다.

둘째, ‘칭찬하기’는 대상과의 상호작용을 통한 문제해결에 대한 직접적인 보상으로 나타났다. 앞서 ‘인정하기’의 경우 문제의 해결이 아닌 사용자 자체에 대한 인정으로써 감정적 교류가 이루어졌다면, 칭찬하기는 문제의 해결을 통한 직접적인 보상으로 대어나 행동이 나타났다. 이러한 것은 사

용자에게 가상의 경험을 제공하여 보상에 대한 문제해결의 학습을 이루게 한다는 특징이 있다. 대상은 직접적인 보상을 통하여 직접적인 상호작용의 관계를 수행한다. 예컨대 사용자는 이후에 진행되는 유사한 문제의 상황에서 ‘칭찬하기’의 보상을 상기시키며 직접적인 상호작용을 수행하게 된다.

셋째, ‘기억하기’는 사용자가 작품에 직접 참여하도록 유도하는 것과 사용자의 주체성에 따라 제시되는 장면이 다르게 사용자에게 직접적으로 제시되지 않았다. 사용자가 작품에게 제공하는 행동에 따라 사용자 스스로 작품과 공감하고, 사회적 관계를 이루어야 하는 형태로 나타난다. 예컨대 이전의 행동을 대상이 기억하고 있다는 것을 나타내었을 때, 이를 인지한 사용자가 자신의 존재를 확인하고, 공감을 갖게 된다. 이러한 이유로 사용자는 대상이 직접적으로 제시하지 않더라도 ‘기억하기’ 장면을 통하여 자신이 행한 흔적의 단서를 찾아 해석해야 한다.

넷째, ‘기다리기’는 사용자가 상호작용의 행동을 하지 않더라도 그것을 유도하지 않는 시간과 장면을 뜻한다. 이러한 이유로 사용자는 자신의 상호작용의 행동이 이행되지 않았을 시 나타나는, 예컨대 침묵이나 장면의 멈춤 현상을 인지하고, 자신의 존재를 인지한다.

다섯째, ‘기회주기’는 대상이 사용자의 상호작용을 유도하는 것과 같다. ‘기회주기’는 사용자의 직접적인 참여와 함께 사용자가 상호작용을 이행해야 캐릭터와 관계를 형성할 수 있기에 사용자의 행동에 의존적인 특징을 가지고 있다. 예컨대 상호작용을 하지 않는 사용자에게 대사나 행동을 보여주며 경험적 근거나 욕구를 표출할 수 있도록 만드는 것이다.

[표 23] 이상화자기대상 요소 도출 결과

구분	자기대상	유형	특징
1	이상화자기대상	위로	1) 상호작용 2) 공감
2		보호	1) 몰입 2) 억압

다음으로 이상화자기대상(Idealization Selfobject)의 분석 결과 첫째, '위로'는 간접적인 상호작용에 따른 정서적 상태의 교류의 특징을 나타내었다. 사용자는 가상의 대상에 의하여 결정되는 상황과 선택으로 다소 소극적이고, 제한적인 상황에 처하지만, 그 가운데 캐릭터의 힘과 관심 그리고 반대로 사용자를 향한 감정적인 교류를 통한 공감을 이끈다. 특히 직접적인 대사보다 상황과 행동을 통하여 캐릭터에게 보호를 받는 느낌을 갖게 하는데, 사용자의 제한된 시야와 동작이 가상 대상에게 의지하게 만든다. 둘째, '보호'는 사용자의 힘을 완전히 제한하지는 않으나, 가상의 대상에게 몰입하도록 만들며, 상황에 대한 집중을 위하여 불필요한 요소를 차단함으로써 불안한 상황에서 안정감을 느끼게 한다. 특히 가상 속 환경의 감각을 제한하여 사용자는 다소 답답하고, 낯선 상황으로 느끼게 하는데, 이러한 상황에서 사용자를 이끌거나 보호하는 행동으로서 자기대상(Selfobject)과 연결되어 있다는 느낌을 갖게 한다.

[표 24] 쌍둥이자기대상 도출 결과

구분	자기대상	유형	특징
1	쌍둥이자기대상	감정일치	1) 직접참여 2) 공감
2		행동일치	1) 상호작용 2) 직접참여 3) 보상
3		존재일치	1) 상호작용 2) 직접참여 3) 몰입

다음으로 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)은 대상과 사용자가 하나가 되어 따라하는 것을 의미한다. 반영과 모방한다는 점에서 거울자기대상(Mirroring Selfobject)과 유사성을 가지지만, 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)은 보다 가까운 내면으로 대상을 끌어들인다. 이것은 '일체감'이라는 단어와 같으며, 대상과의 하나로 '자기'를 경험하는 것을 의미한다.

이러한 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)을 분석하기 위하여 세 가지의 일치로 분류하였다. 이는 대상의 감정과 일치되는 감정일치, 대상의 행동과 일치되는 행동일치, 존재 자체의 일체감을 갖는 존재일치이다.

첫째, ‘감정일치’의 경우, 앞서 살펴본 인정하기와 같이 정서적 상태를 교류 및 공감하며, 직접적인 참여를 유도하는 특징을 보였다. 사용자가 대상과 같은 상황을 맞이하였을 때 대사나 음악 등 직접적이지 않은 감각적 형태로 표현되며, 감정이 일치되도록 유도한다.

둘째, ‘행동일치’는 가장 강한 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)으로 대상과 같은 행동을 하거나 동일한 능력을 가졌을 때 일치감을 느낀다. 행동일치는 상호작용을 통한 사용자의 의존도가 높게 나타났다. 감정일치와 달리, 행동에 따라 관계 형성을 유도하며, 대상과의 행동이 일치하였을 때 동기유발까지 나타내었다. 예컨대 대상을 도움으로써 나타나는 문제해결의 결과는 직접적 보상으로 다음에 일어날 문제를 해결하는 것에 도움을 주었다.

셋째, ‘존재일치’이다. 존재의 일치는 쌍둥이대상의 가장 궁극적인 상태이다. 자기대상(Selfobject)의 강한 공감을 통하여 사용자는 제2의 자아를 만들어내고, 대상과 하나임을 느낀다. 가상을 현실로 느낄수록 몰입을 가져오는 즉 사회적 현존감(Social presence)의 측면에서 바라보았을 때, 제2의 자아가 가상현실 콘텐츠에서 활용할 시 보다 긍정적인 효과성을 가져올 수 있다. 하지만 예상과 달리 도출 결과 ‘존재일치’는 전반적으로 다소 낮게 나타났는데, 이는 대상에 대한 직접적인 참여가 있으나 사용자를 인지하는 대상들이 현실과 달리 과증된다는 특징으로 다소 낮게 나타났다. 예컨대 현실에서 놓칠 수 있는 상황이나 제시된 대상은 가상현실 콘텐츠의 감상자라는 특성으로 인하여 인공적인 상황에 놓이면서 사용자의 바로 눈앞에 제시되는 것이다. 오히려 이러한 상황은 가상 대상과의 ‘존재일치’

를 낮춘다. 즉 사용자에게 이야기를 전달해야하는 작품의 특성으로 사용자의 존재를 작품 안으로 들여올 수 없다는 것이다. 따라서 ‘존재일치’는 대상과의 일치보다 사용자가 움직이는 일명 '플레이어 캐릭터'와의 일치성을 논할 수밖에 없다. '플레이어 캐릭터'와 사용자의 존재일치는 사용자가 디스플레이 기기의 화면을 통하여 바라보는 시야가 자신의 눈이고, 움직이는 컨트롤러가 손이며, 선택하는 대사가 자신의 목소리와 같아야 한다. 이때 비로소 사용자는 작품의 정서적 상태교류를 통한 공감을 얻게 된다. 즉 다시 말해 '플레이어 캐릭터'가 아닌 '자기'라는 상황에서 맞이하는 가상의 현실의 상황이다. 이러한 상황에서 사용자는 기계를 사용하거나 감상중이라는 것을 잊은 채 대상 혹은 나아가 작품의 상황에 몰입하게 된다.

[표 25] 가상적 대상의 자기대상 요인 도출 결과

구분	유형	특성
1	거울자기대상	1) 상호작용 2) 직접참여 3) 공감 4) 보상 5) 몰입
2	이상화자기대상	1) 상호작용 2) 공감 3) 몰입 4) 억압
3	쌍둥이자기대상	1) 상호작용 2) 직접참여 3) 공감 4) 보상 5) 몰입
결과		1) 상호작용 2) 직접참여 3) 공감 4) 몰입

최종적으로 가상현실 애니메이션의 자기대상(Selfobject) 요인을 살펴본 결과 공통적으로 상호작용과 직접참여, 공감, 몰입의 특성이 나타났다. 이러한 결과는 앞서 사회적 현존감(Social presence)의 요인인 상호작용, 정서, 몰입의 이론적 유사성을 보이는데, 사회적 현존감(Social presence)과 자기대상(Selfobject)의 기본적인 개념과 정의들의 혼재로 연구자의 주관적 관점을 배제할 수 없다는 한계가 있다. 이에 자기대상(Selfobject)의 효과성에 대한 타당성과 더불어 사회적 현존감(Social presence)요인의 측정결과와 자기대상(Selfobject)요인 측정결과 검토 및 참고로서 사례작품에 대한 설문조사를 진행하였다.

3. 내현적대인반응 척도 설문 조사결과

본 조사는 킬슬러(Kielsler)의 반향적인 메시지 척도(Impact MessageInventory)와 루보스키(Luborsky)와 크리스토프(Christoph)의 핵심갈등관계 주제를 참조하여 김지은과 조성호(2004)가 개발한 내현적대인반응 척도(Covert Interpersonal Reaction Inventory)를 사용하였다.¹⁴¹⁾ 내현적대인반응 척도는 내현적 대인지각, 내현적 대인감정, 내현적 대인소망으로 구성되어 있으며¹⁴²⁾ 내현적 대인지각은 상호작용하는 대상에 대한 생각을 확인을 위한 척도이며, 내현적 대인감정은 대상에 대하여 정서적 상태를 확인하는 척도이다. 또한 내현적 대인소망은 대상에게 자신이 하고 싶은 소망이나 행동을 확인하는 척도이다.

대인지각의 척도 요인은 긍정적 척도인 존중, 지지, 순종, 친애, 우호·신뢰와 부정적 척도인 무력·거부·거만·불안정·지배·건방·공격·회피·회피로 분류되었다. 우호·신뢰, 친애, 순종의 요인은 나에게 타인이 우호적으로 관심을 나타내며, 존중과 신뢰로 지각하는 것을 나타낸다. 공격, 지배, 건방·거만 요인은 상대방이 나에게 권위적이고 공격적으로 대한다고 지각하는 정도를 의미한다. 경계·회피, 거부, 불안정·무력의 요인은 상대방이 나를 경계하고 불편하게 느끼며 불안해 보이는 것으로 의미한다.

대인감정의 척도 요인은 긍정적 척도인 동정과 연민, 애정과 기쁨 그리고 신뢰, 자신감이 있으며, 부정적인 척도인 불안·난감, 혐오·분노, 죄책감과 수치, 무력감과 두려움, 질투와 우울이 있다. 자신감, 애정·기쁨·신뢰 요인은 상대방에게서 애정을 느끼고, 스스로도 자신감을 갖고 기뻐하는 정도를

¹⁴¹⁾ 강지현, 「관계갈등상황에서 대인감정 및 소망과의존딜레마 대처양식의 관계」, 가톨릭대학교 대학원 심리학과 상담심리학 전공, 석사학위논문, 2011, p.17.

¹⁴²⁾ 문형춘, 「내담자 성인애착 특성에 따른 내담자 및 상담자의 내현적 대인반응과 회기성」, 가톨릭대학교 대학원 심리학과 상담심리학 전공, 박사학위논문, 2007, p.26.

의미한다. 반대로 연민과 동정, 난감과 불안, 분노와 혐오, 죄책감과 수치, 무력감과 두려움, 질투와 우울은 상대방으로부터 부정적인 감정을 느끼는 요인이다.

대인 소망 또는 충동의 척도요인은 조력과 보조, 의지와 순종, 자율과 독립, 갈망과 애정 그리고 인정, 성장과 발전, 저항, 통제, 회피와 방어, 거부와 공격의 9개로 나뉘어져 있다. 독립·자율과 방어·회피 요인은 상대방으로부터 구속받고 싶지 않으며, 갈등을 피하고 싶어 하는 정도를 나타낸다. 또한 인정·애정·갈망, 순종·의지, 보조·조력, 성장·발전은 스스로가 성장하여 상대방을 기쁘게 해줌과 함께 상대방으로부터 인정과 이해를 받고자 하는 정도를 의미한다.

각각 대인지각 66개 문항과 대인감정 57개 문항, 대인소망 59개 문항으로 총 182개의 문항으로 이루어져 있으며, 응답은 1점인 ‘전혀 아니다’에서 5점인 ‘매우 그렇다’까지로 구성되어있다. 김지은과 조성호(2004)가 고안한 척도의 평균 신뢰도(Cronbach's α)는 대인 지각이 .80이었으며, 대인감정은 .90, 대인소망은 .88이었다.¹⁴³⁾ 설문 문항 및 형식은 김미자(2009)에서 제안한 하인즈 코헷의 자기대상(Selfobject)에 대한 정서 및 상호작용적 척도 기준을 나타내는 설문 문항을 가상현실 대상과 사용자의 입장으로 재해석하여 재인용하였다.

[표 26] 내현적 대인반응척도 기준표

항목				문항번호	신뢰도(α)
대인 지각	긍정 적 대인 지각	존중/지지/순종	8	1, 11, 21, 31, 41, 51, 59, 64	.91
		순종	7	5, 15, 25, 35, 45, 53, 61	
		친애	6	6, 16, 26, 36, 46, 54	
		우호/신뢰	6	10, 20, 30, 40, 50, 58	
	부정	불안정/무력	8	2, 12, 22, 32, 42, 52, 60, 65	.91

¹⁴³⁾ 김지은, 조성호, 「내현적 대인반응 척도의 개발 및 타당화」, 한국심리학회지 :상담 및 심리치료, 제16권 제1호, 2004, p.418.

	적 대인 지각	지배	5	3, 13, 23, 33, 43	
		거부	5	4, 14, 24, 34, 44	
		견방/거만	6	7, 17, 27, 37, 47, 55	
		공격	7	8, 18, 28, 38, 48, 56, 62	
		경계/회피	8	9, 19, 29, 39, 49, 57, 63, 66	
대인 감정	긍정 적 대인 감정	연민/동정	8	3, 11, 19, 27, 35, 43, 49, 54	.80
		자신감	5	4, 12, 20, 28, 36	
		애정/기쁨/신뢰	8	7, 15, 23, 31, 39, 46, 51, 56	
	부정 적 재인 감정	혐오/분노	8	1, 9, 17, 25, 33, 41, 48, 53	.94
		수치/죄책감	6	2, 10, 18, 26, 34, 42	
		불안/난감	8	5, 13, 21, 29, 37, 44, 50, 55	
		두려움/무력감	6	6, 14, 22, 30, 38, 45	
		우울/질투	8	8, 16, 24, 32, 40, 47, 52, 57	
대인 소망	긍정 적 대인 소망	보호/조력	8	1, 10, 19, 28, 37, 46, 52, 57	.78
		순종/의지	8	3, 12, 21, 30, 39, 47, 53, 58	
		독립/자율	7	4, 13, 22, 31, 40, 48, 54	
		인정 애정 갈망	7	6, 15, 24, 33, 42, 50, 55	
		성장/발전	5	7, 16, 25, 34, 43	
	부정 적 대인 소망	통제	5	2, 11, 20, 29, 38	.88
		저항	6	5, 14, 23, 32, 41, 49	
		방어/회피	5	8, 17, 26, 35, 44	
		공격/거부	8	9, 18, 27, 36, 45, 51, 56, 59	
전체				182	.92

김지은, 조성호(2004), 「내현적 대인반응 척도의 개발 및 타당화」, 한국심리학회지 Vol. 16 No.3, pp.407-434쪽 재인용.

본 설문은 가상현실 체험 모집단 200여명 가운데 가상현실 콘텐츠의 사용 경험 유무와 컨트롤러 숙련도에 따른 일반인 및 전문가, 전공 관련자 50여명을 표본 집단으로 설정하였으며, 제한된 시간 안에서 본 연구의 사례 작품을 체험한 후, 작품에 등장하는 캐릭터와 물체에 대한 감각에 대하여 진술하였다. 또한 분석데이터 50개에 대한 평균 및 표준편차의 기술통계량을 참고로 하여 각 자기대상(Selfobject) 문항 중 사회적 현존감(Social presence)의 상호작용적, 정서적, 몰입적인 측면의 설문문항의 관계에 대하여 살펴보도록 한다.

1) 가상현실 대인지각반응 설문조사

[표 27] 대인지각반응 주 변수의 기술통계량

항목	변수	빈도(N)	평균(M)	표준편차(SD)
긍정적 대인 지각	존중 지지 순중	믿음	3.5600	.50143
		배려	3.0200	.55291
		도움	3.2400	.74396
		지지	3.1200	.32826
		격려	3.2200	.64807
		이해	3.1400	.49528
		걱정	2.3600	1.27391
		존중	3.1400	.63920
	순중	시키는 대로 함	.9200	.89989
		동의	2.3800	.92339
		순중	2.0600	1.11410
		수용	2.1200	1.18907
		양보	2.3800	.72534
		비주장적	.7400	.89921
		의존	2.7000	.58029
	친애	관심 받으려 함	3.4000	.49487
		잘 보이려 함	2.1600	.68094
		관심을 줌	3.4800	.50467
		호감	3.3000	.54398
		필요로 함	3.7400	.44309
		친밀	3.4200	.49857
	우호 신뢰	마음을 터놓은	2.9200	.89989
		다정	3.0000	1.26168
		신뢰	3.2200	.73651
		자상	3.5000	.50508
		친절	3.5600	.61146
		고마워 함	3.3800	.49031
부정적 대인 지각	불안정 무력	무기력	.1200	.32826
		불안정	.1400	.35051
		불안	.2400	.43142
		자신감이 없음	.5000	.58029
		절망감	.5200	.57994
		우울해 함	.5000	.67763
		혼란스러워 함	.4400	.78662
		위축	1.2400	1.13497
	지배	권위적	.2000	.40406

		지시적	.3800	.53031
		통제	.4200	.70247
		뜻에 맞추려함	.8600	1.03036
		마음대로 하려함	.6000	.69985
	거부	멀리함	.0400	.19795
		거부	.2200	.67883
		마음을 닫음	.2400	.43142
		쌀쌀맞음	.2400	.55549
		무관심	.1800	.38809
	건방 거만	당돌	.3000	.58029
		자신만만	.1600	.37033
		주도적	.3400	.65807
		고집이 셈	.9600	.83201
		건방짐	.5800	.49857
		따짐	.6600	.74533
	공격	공격적	.1600	.37033
		함부로 함	.4200	.73095
		무례함	.3600	.56279
		신경질적	.2800	.45356
		폭력적	.0000	.00000
		만만하게 봄	.4200	.78480
		비판적	.5600	.50143
	경계 회피	불편해 함	.0800	.34047
		믿지 않음	.1400	.35051
		피함	.1800	.56025
		긴장	.5600	.92934
		두려워 함	.0000	.00000
		미워함	.2600	.44309
		싫어함	.1000	.30305
		방어적	.5200	.50467

대인지각반응 변수에 대하여 50명의 응답자가 평균 및 표준편차로 확인한 바, 긍정적 대인 지각의 친애 항목에서 '필요로 함'이 평균편차 3.74, 존중·지지·순종 항목에서 '믿음'과 우호·신뢰 항목에서 '친절' 3.56, '자상' 3.5 등으로 '(3)상당히 그렇다'의 응답 값의 평균을 나타내었다. 부정적 대인 지각은 불안정 무력 항목의 '위축' 1.24, 지배 항목의 '뜻에 맞추려함' 0.86, 건방거만 항목의 '고집이 셈' 0.96로 '(1)거의 아니다'의 응답 값의

평균을 나타내었다. 이로 인하여 친애 및 우호와 같이 대상과의 심리적 거리 항목에서 ‘필요로 함’, ‘믿음’, ‘친절’, 자상’등의 결과로 사회적 현존감 (Social presence)의 정서적 요인인 ‘친밀감’과 몰입적인 요인인 ‘상호집중’에 대한 유의미한 영향성이 나타났다. 반대로 사용자를 부정적으로 생각하느냐에 대한 항목에서 ‘위축’, ‘뜻에 맞추려함’, 고집이 셈’등을 제외한 대부분의 항목의 응답에서 사회적 현존가(Social presence)영향이 나타나지 않았다.

2) 가상현실 대인감정반응 설문조사

[표 28] 대인감정반응 주 변수의 기술통계량

항목		변수	빈도(N)	평균(M)	표준편차(SD)
긍정적 대인 감정	연민 동정	안쓰러움	50	.4600	.81341
		가엾음		.6600	1.02240
		딱함		.5000	.88641
		동정심		.4600	.83812
		불쌍함		1.0400	1.30868
		측은함		.8000	1.32480
		안타까움		1.1600	1.26749
		연민		.4400	.90711
	자신감	자랑스러움		2.6200	1.04764
		만족함		2.7200	1.06981
		유능감		2.6600	1.02240
		자신감		3.2000	.90351
		뿌듯함		3.2400	.82214
	애정 기쁨 신뢰	기쁨		3.0600	.89008
		고마움		2.7800	1.01599
		즐거움		3.4600	.86213
		애정		3.1000	.61445
		친밀감		3.2600	.66425
힘이남		2.0400	1.02936		
편안함		2.6000	.60609		
신뢰감		2.9800	.91451		
부정적 대인	혐오 분노	지겨움	.0000	.00000	
		짜증남	.0000	.00000	

감정		싫음	.0000	.00000
		불쾌함	.0000	.00000
		화가남	.0000	.00000
		미움	.0000	.00000
		괘씸함	.0000	.00000
		실망스러움	.0000	.00000
	수치 죄책감	죄책감	.1400	.35051
		미안함	.1800	.43753
		비난함	.0000	.00000
		잘못함	.0400	.19795
		부끄러움	.0000	.00000
		후회스러움	.0000	.00000
	불안 난감	모름	.5400	.76158
		어색함	.4600	.78792
		조심스러움	.5000	.97416
		부담스러움	.2200	.46467
		긴장	.8600	1.29378
		거리감	.0000	.00000
		난감	1.0000	1.16058
	두려움 무력감	당황	.8800	.82413
		두려움	.1800	.38809
		무서움	.3000	.73540
		좌절감이듬	.1800	.43753
		압도됨	1.0600	1.36142
		무기력해짐	.0200	.14142
	우울 질투	열등감	.0000	.00000
		날카로움	.2400	.43142
		질투심	.2600	.56460
		알미움	.2000	.45175
		자존심 상함	.2600	.44309
		외로움	.1200	.32826
		우울함	.0000	.00000
		혼란스러움	.3600	.89807
		슬픔	.4600	1.07305

대인감정반응 변수에 대하여 50명의 응답자가 평균 및 표준편차로 확인한 바, 긍정적 대인 감정의 애정·기쁨·신뢰 항목에서 ‘즐거움’이 평균편차 3.45, ‘친밀감’ 3.26, 자신감 항목에서 ‘뿌듯함’ 3.24, ‘자신감’, 3.2 등으로 ‘(3)상당히 그렇다’의 응답 값의 평균을 나타내었다. 부정적 대인 감정은

혐오·분노 항목이 0.0으로 모두 유의미한 영향을 나타내지 않았으며, 두려움·무력감 항목의 ‘압도됨’ 1.06, 난감 항목의 ‘난감’ 1.0으로 ‘(1)거의 아니다’의 응답 값의 평균이 나타났다. 이로 인하여 애정 및 자신감과 같이 대상에 대하여 긍정적이고, 친밀한 느낌과 함께 자신의 가치에 대하여 인지하여 ‘즐거움’, ‘친밀감’, ‘뿌듯함’, ‘자신감’에 대한 결과로 사회적 현존감(Social presence)의 정서적 요인인 ‘친밀감’과 ‘자기가치성’에 대한 유의미한 영향성이 나타났다. 반대로 대상에 대한 무력감과 난감의 항목에서 ‘압도됨’, ‘난감’ 등을 제외한 대부분의 항목의 응답에서 사회적 현존감(Social presence)영향이 나타나지 않았다.

3) 가상현실 대인소망반응 설문조사

[표 29] 대인소망반응 주 변수의 기술통계량

항목		변수	빈도(N)	평균(M)	표준편차(SD)
긍정적 대인 소망	보호 조력	보살핌	50	2.4800	.73512
		안심시켜		2.9800	.84491
		기쁘게		3.0200	1.11557
		즐겁게		2.8800	1.25584
		편안하게		3.1800	.71969
		돕고 싶은		3.1200	.79898
		칭찬하고 싶은		2.8800	.77301
		격려		2.9200	.60068
	순종 의지	이끌어주었으면		3.3400	.62629
		맡기고 싶은		.6800	.76772
		결정 내려주기를		.7400	.89921
		시키는 대로		1.5200	1.16479
		요구하는 대로		2.1000	.70711
		보살핌 받고 싶은		1.5200	1.43200
		의지하고 싶은		1.9200	1.00691
		본 받고 싶은		1.8200	1.13731
	독립 자율	독립적이고 싶은		.6600	1.04217
		구속받고 싶지 않은		2.0400	1.41364
		스스로 하고 싶은		2.3200	1.18563

부정적 대인 소망		간섭받기 싫은	1.4400	1.16339
		보호하고 싶은	1.9000	.93131
		자신이 되고 싶은	2.0200	1.39225
		벗어나고 싶은	1.0800	.98644
	인정 애정 갈망	이해받고 싶은	2.8200	1.13731
		중요하게	2.0800	1.02698
		마음을 터놓고 싶은	3.2400	.68690
		좋아해주었으면	3.0800	.60068
		마음을 열었으면	2.1400	1.19540
		관심 받고 싶은	2.5600	.67491
		있는 그대로 인정	2.1600	1.07590
	성장 발전	나를 발전시키고 싶은	.9400	1.31568
		더 나은 내가 되기를	2.4200	1.01197
		더 유능해지기를	2.5200	1.29741
		매력적으로 보이기를	1.8000	1.29363
		허락해주기를	2.8200	.87342
부정적 대인 소망	통제	마음대로 하고 싶은	.4400	.64397
		통제하고 싶은	.3400	.77222
		휘어잡고 싶은	1.4400	1.14571
		이기고 싶은	.6400	1.10213
		야단치고 싶은	.2800	.67128
	저항	지적하고 싶은	.1600	.37033
		벗어나고 싶은	1.3600	1.20814
		대항하고 싶은	.9000	1.07381
		거리를 두고 싶은	.4000	.49487
		반항하고 싶은	1.0000	1.19523
	방어 회피	주장하고 싶은	2.3600	1.19112
		상처받고 싶지 않은	.3600	.87505
		갈등을 피하고 싶은	2.0800	1.49612
		얹매이고 싶지 않은	.9000	1.09265
		피하고 싶은	.1200	.32826
	공격 거부	방어하고 싶은	.8400	1.20136
		모욕주고 싶은	.0000	.00000
		욕하고 싶은	.0000	.00000
		상처주고 싶은	.0000	.00000
		복수하고 싶은	.0000	.00000
		다시 만나지 않기를	.0000	.00000
		아무것도 해주기 싫은	.0000	.00000
		말도 하기 싫은	.0000	.00000
		폭력적인 행동	.0000	.00000

대인소망반응 변수에 대하여 50명의 응답자가 평균 및 표준편차로 확인

한 바, 긍정적 소망 감정의 순종·의지 항목에서 ‘이끌어 주었으면’이 평균 편차 3.34, 인정·애정·갈망 항목의 ‘마음을 터놓고 싶은’ 3.24, 보호·조력 항목에서 ‘편안하게 해주고 싶은’ 3.18, ‘돕고 싶은’ 3.12, ‘기쁘게’ 3.02으로 ‘(3)상당히 그렇다’의 응답 값의 평균을 나타내었다. 부정적 대인 소망은 저항 항목의 ‘주장하고 싶은’이 2.36, 방어·회피 항목에서 ‘갈등을 피하고 싶은’ 2.08, 통제 항목 등으로 ‘(2) 어느 정도 그렇다’의 응답 값의 평균을 나타내었다. 또한 부정적 대인 소망은 공격·거부 항목이 모두 0.0으로 유의미한 영향을 나타내지 않았다. 의지 및 인정, 갈망 등과 같이 대상에 대한 자율성과 자신의 의지에 따른 참여를 희망하며, ‘이끌어 주었으면’, ‘마음을 터놓고 싶은’, ‘편안하게 해주고 싶은’, ‘돕고 싶은’, ‘기쁘게 해주고 싶은’ 등에 대한 결과로 사회적 현존감(Social presence)의 정서적 요인인 ‘자기가치성’에 대한 유의미한 영향성이 나타났다. 또한 소망측정에 경우, 부정적 측면에서 저항과 방어, 통제의 항목에서 ‘주장하고 싶은’, ‘갈등을 피하고 싶은’이 사회적 현존감(Social presence)의 가상 대상에게 ‘직접참여’와 ‘억압’되는 요인으로 유의미한 영향성이 나타났다.

[표 30] 설문조사 및 사회적 현존감 구성 요인 관계

설문조사 결과			사회적 현존감	
항목	하위항목	결과	항목	하위항목
지각	친애	나를 필요로 한다	정서적 요인	상호집중
	존중·지지·순종	믿을 수 있다		친밀감
	우호·신뢰	친절하다, 자상하다		
감정	애정·기쁨·신뢰	즐겁다, 친밀감이 느껴진다,		자기가치성
	자신감	뿌듯하다, 내가 자랑스럽다		친밀감
소망	순종·의지	이끌어 주었으면 좋겠다	몰입 요인	자기가치성
	인정·애정·갈망	마음을 터놓고 싶다		
	보호·조력	편안하게 해주고 싶다		직접참여
		돕고 싶다		
		기쁘게 해주고 싶다		
	저항	내 주장을 하고 싶다	억압	억압
	방어·회피	갈등을 피하고 싶다		

IV. 분석결과

1. 현존감으로써 자기대상의 상호작용

가상현실 애니메이션을 사례로 하여 분석한 결과 다음과 같이 나타났다. 사회적 현존감(Social presence)의 상호작용적 측면으로써 가상현실 애니메이션을 분석하여, 즉시성, 지속성, 동의의 요인을 도출하였다. 먼저, **즉시성**은 가상현실 애니메이션 속 대상이 사용자의 상호작용 행동에 따라 실시간으로 반응하는 것이다. 자기대상에서 즉시적인 상호작용은 가상 대상과 일치를 요구하는 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)의 '존재일치'에서 확인해 볼 수 있다. 가상현실에서 플레이어 캐릭터(사용자)는 가상에서 어떠한 매개를 통하지 않고, 즉시적으로 가상 캐릭터와 상호작용한다. 사용자는 가상 속 캐릭터의 즉시적인 상호작용으로 가상 속 자기와 존재 일치를 갖게 되며, 현실과 같은 감각을 느끼게 된다. 또한 코헛이 주지한 바와 같이 자기대상과 존재적 측면의 일치는 사용자가 가상현실에서 상호작용하는 가상 속 캐릭터에게 소속감을 느끼게 하고, 보다 적극적인 활동을 하도록 유도할 수 있다. 이와 관련하여, 설문조사를 바탕으로 즉시성에 따른 존재일치의 효과를 살펴보았으나, 상호작용과 관련한 유의미한 변수는 나타나지 않았다. 다음으로 **지속성**은 가상현실의 현상이 지속적으로 나타나거나 제시되는 것이다. 자기대상에서 이러한 지속적인 현상은 이전의 경험과 행동의 영향력이 지속되고 있음을 보여주는 거울자기대상(Mirroring Selfobject)의 '기억하기'에서 확인해 볼 수 있다. 가상현실에서 사용자는 자신의 영향력을 실시간으로 확인할 수 있다. 하지만 애니메이션의 특성 상 장면이 변화하면서 사용자의 영향력이나 경험의 요소들도 사라진

다. 이러한 것과 다르게 작품의 흐름 중 지속적으로 나타나 상호작용하는 가상 속 대상은 사용자의 영향력에 대한 산물이며, 행동하고 있음을 실제 시간성과 같이 느끼게 만든다. ‘기억하기’는 코헛의 임상적 논의와 같이 상대방에 대한 과거의 경험이나 이야기를 듣는 것만으로도 자기(Self)를 인정받는다. 이러한 맥락과 같이 가상현실은 사용자 행동의 결과물로 가상의 자기(Self)를 인정받으며, 현존하고 있음을 느끼게 된다. 또한 위와 같이, 상호작용적 측면의 설문조사 결과는 유의미한 영향성이 나타나지 않았다. 마지막으로 동의는 가상현실에서 사용자와 상호작용할 시 가상 속 캐릭터가 행동이나 생각에 대하여 일치를 요구하는 것이다. 동의는 사용자가 가상현실의 캐릭터들과 소속되어진 존재라는 것을 느끼도록 만든다. 자기대상의 상호작용에서 일치를 유도하는 것은 동질감을 형성하는 쌍둥이자 기대상(Twinship Selfobject)의 '행동일치'에서 확인할 수 있다. 가상현실에서 사용자는 낯선 공간에 떨어지며, 기대나 긴장 등을 갖게 된다. 특히 처음 등장한 사용자는 가상현실에서 독립적이고, 외로운 상태로 존재한다. 이때, 가상 캐릭터는 사용자에게 자신과 같은 상황이나 행동의 동일한 일치를 요구한다. 사용자는 가상현실 캐릭터와 동질감 내지 공동체의 상태를 통하여, 존재하고 있음을 느끼는 것이다. 가상 캐릭터의 동의 및 소속감과 관련하여, 코헛에 따르면 단순히 관계형성 차원을 넘어, 정체성 및 기능적 상태로 유사성을 찾아내는데, 캐릭터의 상황에 대한 동의의 유도는 사용자가 가상대상과 상황이나 성향에서 다르지 않음을 스스로 인지시킨다.

[표 31] 현존감으로써의 자기대상의 상호작용

현존감	자기대상		특징
즉시성	쌍둥이자기대상	존재일치	플레이어 캐릭터(사용자)의 존재에 대한 가상대상의 즉시적 반응
지속성	거울자기대상	기억하기	인정받은 행동 결과의 지속적인 제시
동의	쌍둥이자기대상	행동일치	가상대상과 일치 유도에 따른 소속감

2. 현존감으로써 자기대상의 직접참여

다음에는 가상현실 애니메이션의 사회적 현존감(Social presence)의 몰입적인 측면으로써 가상현실 애니메이션을 분석하여, 상호집중, 직접참여, 억압 요인을 도출하였다. 먼저, **상호집중**은 사용자에게 대한 가상대상의 지속적인 관심으로 사용자 스스로 역할에 집중시키도록 만든다. 가상현실에서 지속적인 자극으로 인하여 자기 존재의 형성 또는 확립을 이루는 자기대상 요소는 사용자의 자유도를 높임과 동시에 가상의 힘을 느끼는 이상화자기대상(Idealization Selfobject)의 '보호'와 오로지 무의식적으로 플레이어 캐릭터에 집중하는 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)의 '존재일치'에서 확인할 수 있다. 가상현실에서 집중은 대부분 매체를 사용하는 사용자에게 제공된다. 이때, 상호적인 집중은 단순히 사용자를 향한 집중 뿐 아니라 사용자가 가상 대상에게 집중하는 것 또한 포함하고 있다. 상호집중은 다른 말로 상호의존이라 말할 수 있는데, 이상화자기대상(Idealization Selfobject)의 '보호'와 같이 가상의 환경에서 현실과 다른 여러 요인들을 접하는 사용자는 가상의 대상이 사용자에게 대한 집중을 제시함으로써, 사용자도 집중하고 있는 대상에게 상호적으로 의존하게 된다. 상호의존은 낮은 가상의 요소 속에서 대상과의 관계에 집중할 수 있는 원동력이 된다. 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)의 '존재일치'에서도 상호집중을 살펴볼 수 있다. 가상현실에서 사용자가 자신의 존재를 플레이어 캐릭터와 일치시킬 때 가상 대상의 상호집중이 이루어진다. 특히 적극적으로 전해지는 집중과 함께 가상 대상이 스스로 내용을 전개하는 도중 플레이어 캐릭터에 대한 시선, 건네는 대사, 신체에 손을 대는 동작 등 다양한 집중의 행동으로 플레이어 캐릭터가 사용자 자신이라는 존재를 인식시킨다. 이와 관련하여 설문조사를 바탕으로 상호집중에 따른 보호 또는 존재일치를 살

펴보았으며, 지각반응조사의 친애와 존중·지지·순종의 하위항목에서 유의미한 영향을 보였다. 사용자는 가상현실의 대상이 자신에게 행하는 집중과 관심으로 자신을 필요로 한다고 믿음과 동시에 자신도 가상의 캐릭터를 믿는다면 결과가 나타나며, 상호집중의 효과에 대한 타당성을 보였다. 다음으로 **직접참여**는 가상현실에서 사용자가 작품의 흐름 속에서 대사, 시선, 동작 등의 직접적인 행동을 실행하고, 이에 대한 반응이 나타나며 참여하는 것이다. 가상현실에서 직접적으로 행동하고 그에 대한 반응을 받는 자기대상 요소는 사용자가 현실에서 경험한 것이나 작품 상 과거에 경험한 것을 제시함으로써 가상현실에 직접적인 행동으로 참여를 이끄는 거울 자기대상(Mirroring Selfobject)의 '기억하기'와 '기회주기'에서 확인해볼 수 있다. 또한 가상현실에서 가상대상과 동일한 상황에 처하거나, 행동을 일치시키는 것으로 자신의 존재를 가상존재와 일치시키는 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)의 '행동일치'와 '존재일치'도 나타난다. 가상현실에서 가상대상은 사용자에게 과거의 경험을 유도한다. 이러한 유도는 가상 캐릭터의 행동을 따라하도록 만들거나, 이전에 따라했던 장면을 다시 실행할 수 있도록 적극적으로 제시한다. 사용자는 가상현실에서 제시된 집적적인 참여성에서 가상 대상과 자신의 행동이 일치되었을 때 그곳에 존재한다는 느낌을 갖게 된다. 이와 관련하여 설문조사를 바탕으로 직접참여에 따른 일치를 살펴보았으며, 소망측정의 저항항목에서 유의미한 영향성을 확인하였다. 특히 전반적인 조사결과가 긍정적인 대인반응으로 대부분 나타났다으나, 소망 및 충동 측정에서 부정적 대인반응이 이와 관련하여 측정되었다. 이것은 가상현실에서 사용자가 직접적으로 참여하고자하는 소망 및 충동이 나타난 것으로 해석될 수 있는데, 가상현실에서 나의 주장을 하고 싶다는 의견은 즉, 자신의 의지를 가상 속에 몰입시키고, 이로 인한 가상 대상 또는 존재의 일치라는 결과가 나타나며, 직접참여의 효과에 대한

타당성을 보였다. 마지막으로 **억압**은 가상현실의 낯설고, 다양한 요소를 제한함으로써 사용자가 가상현실에 몰입하도록 하는 것이다. 가상현실에서 사용자에게 제공되는 정보를 축소시킴으로써 대상에게 집중시키는 자기대상 요소는 사용자가 제한된 이야기나 공간에서 가상 대상에게만 의지하도록 하는 이상화자기대상(Idealization Selfobject)의 ‘보호’와 정보나 유도적인 행동을 제한하여, 사용자가 주어진 상황에 대하여 몰입하며 생각할 수 있도록 하는 거울자기대상(Mirroring Selfobject)의 ‘기다리기’에서 확인해 볼 수 있다. 가상현실은 사용자에게 수행해야 할 목표 완수를 위하여 정보를 제공하며, 사용자는 목표를 설정하고, 마지막까지 작품에서 행동하도록 한다. 이때 억압과 가상의 대상의 등장은 적어도 플레이어 캐릭터(사용자)보다 강한 영향력과 힘을 보여주며, 안정감과 신뢰를 느끼도록 만든다. 이와 관련하여 설문조사를 바탕으로 억압에 따른 기다리기 또는 보호를 살펴보았으며, 소망반응조사의 방어·회피항목에서 유의미한 영향성을 보였다. 특히 방어·회피항목은 부정적 대인반응으로 가상현실에서 갈등을 피하고 싶다는 의견은 사용자가 가상의 환경에서 느낄 수 있는 불안감 내지 긴장감 등과 같은 감각이 작용한 것으로 볼 수 있다, 즉 사용자에게 정보를 제공하지 않음으로써 몰입하고, 억압의 효과보다 이러한 부정적 대인 반응을 해소하기 위하여 억압의 필요성에 대한 결과로 나타난다.

[표 32] 현존감으로써의 자기대상의 직접참여 요소

현존감	자기대상		특징
상호집중	이상화자기대상	보호	가상대상에 몰입하여 일치되면서 나타나는 집중
	쌍둥이자기대상	존재일치	
직접참여	거울자기대상	기억하기	직접적인 행동의 결과로 사용자의 영향력과 존재를 인식
		기회주기	
	쌍둥이자기대상	행동일치	
		존재일치	
억압	거울자기대상	기다리기	불필요한 정보가 제한된 공간에서 가상대상에 대한 집중과 의지
	이상화자기대상	보호	

3. 현존감으로써 자기대상의 공감

현존감(Presence)다음은 가상현실 애니메이션의 사회적 현존감(Social presence)의 정서적 측면으로써 가상현실 애니메이션을 분석한 결과, 친밀감, 자기가치성, 자율성을 도출하였다. 먼저, **친밀감**은 가상현실 안에서 가상대상과 우호적인 상황과 참여를 통하여 사용자에게 대한 또는 사용자가 가상대상에 대하여 심리적으로 가깝다는 것을 느끼는 것이다. 심리적인 거리의 가까움을 자기대상으로 살펴보면, 거울자기대상(Mirroring Selfobject)에서 '인정하기', '칭찬하기', '기억하기'와 이상화자기대상(Idealization Selfobject)에서 '위로' 그리고 쌍둥이자기대상(Twinship Selfobject)에서 '감정일치' 등 다양한 유형에서 확인할 수 있다. 가상현실에서 사용자는 현실의 대상이 아닌 가상 대상으로 심리적 측면의 공유를 이룰 수 없다는 한계가 있다. 이로 인하여 가상대상은 사용자의 행동에 대한 결과와 존재에 대한 인정을 보이거나, 이전의 사용자에게 대한 것을 기억하고, 감정적인 부분을 일치시킴으로써 심리적 거리를 좁힌다. 이 가운데 사용자는 자신과 친밀한 관계인 가상대상으로 부터 안정감과 신뢰를 느끼게 된다. 이와 관련하여 설문조사를 바탕으로 친밀감에 따른 사용자와의 관계를 살펴보았으며, 지각반응측정의 우호·신뢰항목과 감정반응측정의 애정·기쁨·신뢰항목 그리고 소망반응측정의 순종·의지와 인정·애정·갈망 항목 등 다양하고 포괄적으로 측정결과가 나타나며, 유의미한 영향성을 확인하였다. 이러한 것은 사용자가 가상대상에게 친절하다, 자상하다, 친밀감이 느껴진다는 같은 정서적인 측면에서의 우호와 신뢰로 그에 따른 반응적 태도로 이끌어 주었으면 좋겠다, 마음을 터놓고 싶다는 같은 소망 및 충동이 발생된 것으로 해석할 수 있다. 다음으로 **자기가치성**은 가상현실에서 자신의 능력에 따른 가치를 느끼는 것으로 자기대상으로 살펴보면, 거울자기대상(Mirroring S

elfobject)의 '인정하기', '칭찬하기', '기억하기'에서 살펴볼 수 있다.

자기가치성은 가상대상이 사용자나 존재에 대하여 영향력을 인정하며, 그로 인하여 보상적 의미로 칭찬이나 지지의 대사를 보낸다. 또는 간접적으로 상황에서 사용자의 영향력을 보여주어 자기가치를 긍정적으로 느끼며, 가상현실 안에서의 존재에 대한 가치성을 갖게 되는 것이다. 이와 관련하여 설문조사를 살펴본 바, 대인감정반응의 자신감항목과 대인소망반응의 보호조력 항목에서 유의미한 영향성을 보였다. 가상현실에서 사용자에게 제공되는 인정이나 칭찬은 사용자가 뿌듯하다, 내가 자랑스럽다와 같은 자신감의 정서적 요인을 느끼도록 만드는 것으로 해석할 수 있다. 또한 이와 더불어 자기가치를 획득한 사용자는 가상대상을 보며, 편안하게 해주고 싶다, 돕고 싶다, 기쁘게 해주고 싶다와 같은 조력의 감정을 느끼도록 만드는 힘을 얻게 되는 것이다. 마지막으로 **자율성**은 가상현실에서 얽매이지 않고, 사용자가 주체적이고, 능동적으로 감정 및 행동을 표출하는 것이다. 자유로운 표출과 관련하여 자기대상을 살펴보면, 거울자기대상(Mirroring Selfobject)의 '칭찬하기'에서 확인할 수 있다. 가상대상의 칭찬은 사용자에게 영향에 따른 보상적인 결과이다. 이때 사용자는 가상대상에 보다 높은 정서적 유대감을 느낌과 동시에 행동에 대한 확신을 갖게 되고, 자유로운 표현의 동기가 된다. 특히 작품에 정서적으로 공감하는 것과 관련하여 가상현실에서 사용자는 목표를 완수하기 위한 행동적 유도를 받게 되기에 자유 의지에 따라 표현할 수 없다는 한계가 있다. 예컨대 가상현실에서 대상과 장난을 치거나, 대상을 만지는 행동은 실제 작품에서 제공되지 않을 경우 무시되는 경우가 많다. 이때 가상대상이 작품 내용과는 별개로 제한되지 않은 감정을 표출하도록 유도하는 칭찬은 사용자의 자유로운 감정을 표출하도록 만드는 것이다. 이와 관련하여 사용자의 자유로운 감정 표출을 설문조사로 살펴본 바, 유의미한 결과가 도출되지 못하였다. 이러한 결과

는 앞서 사례작품 중 유일하게 한 작품에서만 가상대상이 사용자의 자유로운 감정 표출을 제시하였기에 다소 약한 반응으로 나타난 것이라 해석될 수 있다.

[표 33] 현존감으로써의 자기대상의 공감

현존감	자기대상		특징
친밀감	거울자기대상	인정하기	가상대상과 가까운 심리적 거리로 인한 우호적 태도
		칭찬하기	
		기억하기	
	이상화자기대상	위로	
자기가치성	거울자기대상	감정일치	가상대상의 인정과 믿음으로 자기의 가치를 판단
		인정하기	
		칭찬하기	
		기억하기	
자율성	거울자기대상	칭찬하기	가상대상의 칭찬을 통한 자유로운 감정 표현

V. 결론 및 제언

본 연구는 가상현실을 사용하는 사용자에게 반드시 필요로 한다는 현존감(Presence)을 정서적 경험의 측면으로서 자기심리학의 자기대상 이론을 적용하여 가상현실 애니메이션 사례 작품을 분석하였다. 그 결과 다음과 같이 각 연구문제에 대한 사회적 현존감(Social presence)으로써 자기대상 요소의 상관관계가 유의미한 영향이 있음으로 나타났다.

연구문제 1. 현존감 요소는 가상현실 요인과 유의미한 영향이 있는가?

첫째, 가상현실 애니메이션 사례작품에 나타난 정서적 경험의 측면에서 사회적 현존감(Social presence) 요소는 상호작용적 측면에서 ‘즉시성’, ‘지속성’, ‘동의’로 몰입 측면에서 ‘상호집중’, ‘직접참여’, ‘억압’으로 정서적 측면에서는 ‘친밀감’, ‘자기가치성’, ‘자율성’으로 나타났다. 이에 가상현실 요인인 ‘상호작용’, ‘주체성’, ‘몰입’의 요인과 유의미한 영향을 다음과 같이 확인 하였다. 먼저, 가상현실의 상호작용적 요인에서 가상대상의 즉시적인 반응과 지속적인 존재성에 대한 제공 그리고 사용자의 존재를 인정하며 나타나는 동의적인 상호작용이다. 또한 가상현실의 주체성 요인에서 가상대상과의 친밀한 관계를 통한 자율적인 감정 표현으로 자기자치를 확립하는 주체적인 상태와 관계를 가진다. 마지막으로 가상현실의 몰입 요인에서 사용자의 직접적인 참여와 가상현실의 제한적 요소의 제공으로 가상대상과 상호적으로 집중할 수 있도록 만든다는 측면에서 몰입 요인과 유의미한 영향성을 확인할 수 있다.

연구문제 2. 자기대상 요소는 가상현실 요인과 유의미한 영향이 있는가?

둘째, 가상현실 애니메이션 사례작품에 나타난 자기대상 요소는 ‘상호작용’, ‘공감’, ‘직접참여’로 나타났다. 이에 가상현실 요인인 ‘상호작용’, ‘주체성’, ‘몰입’요인과 유의미한 영향을 다음과 같이 확인하였다. 먼저, 가상현실에서 사용자는 자신을 배제한 채 감상적인 차원으로만 존재하지 않으며, 가상대상과의 주관적 경험과 함께 상호작용함으로써 자기(Self)의 정체성을 획득한다. 또한 가상현실에서 사용자는 가상대상의 의도된 유도성을 넘어 가상공간 안에서 주체적인 생각과 의지를 가질 경우, 가상의 대상에 대한 정서적으로 공감을 느끼게 된다. 마지막으로 가상공간에서 사용자의 직접적인 참여는 공간에 대한 몰입과 함께 가상 속 사용자의 존재에 대하여 집중할 수 있도록 만든다는 측면에서 몰입 요인과 유의미한 영향성을 확인할 수 있다.

연구문제 3. 자기대상 요소는 현존감 요소와 유의미한 영향이 있는가?

셋째, 앞서 살펴본 가상현실 애니메이션 사례작품에 나타난 자기대상 요소와 사회적 현존감(Social presence) 요소는 다음과 같은 유의미한 영향성을 확인하였다. 사용자와 가상대상은 자기대상과 같이 상호작용을 통하여 가상공간에서의 존재 즉, 자기(Self)를 획득할 수 있다. 이러한 자기(Self) 획득 과정은 가상 대상의 즉시적이고, 지속적인 반응으로 사용자 자신이 의지를 갖게 되면서 가상의 공간을 현실감 있게 느끼게 되며 얻을 수 있다는 측면에서 유의미한 영향성을 확인할 수 있다. 또한 사용자는 가상현실에서 정서적인 측면으로 가상의 대상과 공감함으로 자기의 가치를 형성한다. 이때, 가상대상은 자기대상의 기능과 같이 친밀감 있고, 능동적인

참여를 이끌도록 만드는데, 이러한 가상 속 대상의 태도로 가상의 자기(Self)를 얻을 수 있다. 마지막으로 몰입적인 측면으로서 가상대상은 자기대상과 같이 자기(Self)에게 집중하도록 만든다. 사용자는 가상현실에서의 현존감(Presence)을 일으키기 위하여 가상대상에게 자신의 의지와 생각을 직접적으로 투영시키며 몰입한다는 측면에서 자기대상과 사회적 현존감(Social presence) 요소가 유의미한 영향성을 가지고 있다는 것을 확인할 수 있다.

연구문제 4. 가상현실 요인과 자기대상, 현존감은 유의미한 영향이 있는가?

현존감(Presence)으로써 자기대상 요소가 가상현실 애니메이션에서 유의미한 영향성이 있음을 설문조사 및 분석으로 확인하였다. 먼저, 자기대상과 사회적 현존감(Social presence)은 앞서 살펴본 바와 같이 자기대상의 '상호작용'과 사회적 현존감(Social presence)의 '상호작용'의 하위 항목 '즉시성', '지속성', '동의'로 연관되며, 설문조사 결과 현존감(Presence)으로써 자기대상 요소가 가상현실 애니메이션에서 유의미한 영향성이 있음을 설문조사 및 분석으로 확인하였다. 먼저, 자기대상과 사회적 현존감(Social presence)은 앞서 살펴본 바와 같이 자기대상의 '상호작용'과 사회적 현존감(Social presence)의 '상호작용'의 하위 항목 '즉시성', '지속성', '동의'로 연관되었다. 하지만 설문조사 결과 가상대상에게 상호작용을 통한 영향성은 발견되지 않았다. 자기대상의 '공감'과 사회적 현존감(Social presence)의 '정서적 요인'의 하위 항목 '친밀감', '자기가치성', '자율성'으로 연관되었으며, 설문조사 결과 가상대상에게 정서적인 '친밀감'이 우호신뢰로 지각되었으며, 애정·기쁨·신뢰를 느꼈다. 또한 순종·의지, 인정·애정·갈망으로 친밀감을 소망한다는 결론으로 자기대상의 정서적 측면에서 '

친밀감', '자기가치성'의 영향성을 가졌으며, '자율성'에 대한 영향성이 발견되지 않았다. 자기대상의 '직접참여'와 사회적 현존감(Social presence)의 '몰입'의 하위항목 '상호집중', '직접참여', '억압'으로 연관되었으며, 설문조사 결과 가상대상에게 몰입적인 측면으로 '상호집중'이 친애, 존중·지지·순종으로 지각되었으며, '직접참여'를 통한 저항감과 '억압'을 통한 방어·회피를 소망한다는 결론으로 자기대상의 몰입적인 측면에서 '상호집중', '직접참여', '억압'에 유의미한 영향성이 나타났다.

본 연구의 분석결과 가상현실 애니메이션에서 상호작용적, 주체성, 몰입에서 자기대상의 역할을 가진 가상의 대상이 현존감(Presence)으로써의 영향성을 일부 나타나고 있다는 것을 확인하였다. 현재 실질적으로 영향성이 약하게 나타난 현존감(Presence) 요소는 '상호작용'이 가장 낮게 나타났는데, 이는 가상현실에 등장하는 상호작용이 자기대상과 같이 정서적인 측면에서 살펴보지 못하기 때문이다. 코헛은 자기대상에 대하여 매우 개인적이며, 주관적 경험을 통하여 설정할 수 있다고 말한다. 이것은 실질적으로 인지하는 것보다 감정과 느낌을 따르는 판단에서 자기대상을 선택할 수 있다는 것이다. 특히 개인마다 실제 현실에서 겪었던 경험이나 이전에 수행했던 가상현실 콘텐츠의 유사 경험 등 이러한 주관적인 경험에서 본 사례작품이 정서적 상호작용을 이루지 못한 것으로 해석될 수 있다. 이러한 한계점은 '현존감(Presence)'의 명확한 개념을 이루기 위하여 보다 집약적이고, 체계적인 분석 대상을 갖춘 연구가 추후 이루어져야 할 것이다. 특히, 인간과 가상대상의 정서적인 상호작용의 연구가 자기대상의 측면으로 분석됨으로써 심리적 측면에서 이론적 데이터베이스를 다질 수 있을 것이다. 이를 통하여 앞으로 등장할 가상현실 사회의 포스트 휴먼과 나아가 변화된 인간 존재의 가치에 대한 새로운 패러다임을 확립할 수 있을 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

1) 단행본

- 공성훈 외11인, 『성균관대 융복합 특강』, 성균관대학교출판부, 2014
- 민준홍, 『가상현실과 증강현실의 현실』, 커뮤니케이션북스, 2016
- 박민수, 『가상 : 미학의 개념』, 연세대학교출판문화원, 2016
- 박성희, 『공감학-어제와 오늘』, 학지사, 2004
- 서요성, 『가상현실시대의 뇌와 정신』, 산지니, 2018
- 임왕태, 『VR 영화의 새로운 영화문법』, 영상기술연구, 2017
- 정동훈, 『가상현실 개념사전』, 21세기북스, 2017
- 주영민, 『가상은 현실이다』, 어크로스, 2019
- 최영민, 『쉽게 쓴 자기심리학』, 학지사, 2011
- 홍이화, 『하인즈 코헷의 자기심리학 이야기 I』, 한국심리치료학회, 2011

2) 번역서

- 마이클 세인트.클레어, 안석모 역, 『대상관계이론과 자기심리학(제4판)』,
시그마프레스, 2009
- 마이클 하임, 여명숙 역, 『가상현실의 철학적 의미』, 책세상, 1997
- 수진 그린필드, 정병선 역, 『브레인 스토리』, 지호, 2006

스테판 밋첼, 마가렛 블랙, 이재훈, 이해리 역, 『프로이트 이후』, 한국심리
치료연구소, 2002

스티븐 호킹, 레오나르도 물로디노프, 전대호 역, 『위대한 설계』, 까치, 2010

아리스토텔레스, 조대웅 역, 『니코마스 윤리학』, 2008

앨런 시겔, 권명수역, 『하인즈 코헛과 자기 심리학』, 2002

에드워드 윌슨, 최재천 역, 『통섭』, 사이언스북스, 2005

오우카 이치몬, 김영택 역, 『VR 콘텐츠의 최전선』, e비즈북스, 2017

재런 러니어, 노승영 역, 『가상현실의 탄생』, 열린책들, 2018

제이슨 제럴드, 고은혜역, 『VR BOOK』, 2019

질 들뢰즈, 김상환 역, 『차이와 반복』, 민음사, 2004

플라톤, 천병희 역, 『국가』, 숲, 2017

피터A. 레썸, 장동섭역, 『자기심리학 개론』, 2019

하인즈코헛, 이재훈역, 『자기의 분석』, 한국심리치료연구소, 2013

하인즈코헛, 이천영역, 『코헛의 프로이트강의』, 한국심리치료연구소, 2018

헤겔, 인석진 역, 『정신현상학2』, 한길사, 2009

3) 논문 외

김병훈, 「직관적 추리, 공감적 관찰, 통찰력 창출에 관한 정신분석학적 의
미 연구」, 한국목회상담학회 제5권 제0호, pp.129-167, 2004

황하성 「사회적 현존감(Social Presence) 측정도구 개발에 관한 탐색적
연구 : 인스턴트 메신저의 이용 사례를 중심으로」, 언론과학연구, 제7
권 제2호, pp.529-561, 2007

강지현, 「관계갈등상황에서 대인감정 및 소망과의존딜레마 대처양식의 관
계」, 가톨릭대학교대학원 심리학과, 석사학위논문, 2011

- 곽인희, 「초기 성인의 자기 대상 경험과 건강한 자기애의 관계에서 공감
지각과 자기 위로 능력의 매개효과」, 가톨릭대학교 교육 대학원 상담
교육 전공, 석사학위논문, 2021
- 권종산, 「실감가상현실을 활용한 경험학습의 게임 콘텐츠의 개발 및 평가
에 대한 연구」, 서울대학교 융합과학기술대학원 융합과학부 디지털정
보융합전공 박사학위논문, 2017
- 김미자, 「내담자의 자기대상욕구와 내담자가 지각한 상담관계」, 가톨릭대
학교대학원 심리학과 상담심리학 전공 박사학위논문, 2009
- 김복미, 「Heinz Kohut의 자기심리학적 접근에 기초한 상담자 성숙성 모
형 검증」, 충북대학교대학원 교육학과 박사학위논문, 2010
- 김성찬, 「하인즈 코헷의 ‘자기’와 ‘자기대상’연구」, 협성대학교 신학대학원
신학과 목회상담학 석사학위논문, 2021
- 김영란, 「Rogers 및 Kohut가 정의하는 공감의 비교」, 한국심리학회지 제
16권 제4호, pp.553-569, 2004
- 김정규, 「몰입형가상현실의 몰입, 현존감, 공감의 개념과 하위차원에 대한
논의」, 차세대융합기술학회논문지, 제6권 제2호, pp.202-208, 2022
- 김정옥, 박종무, 이희옥, 「서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객
의 서비스품질 지각에 미치는 영향」 마케팅관리연구 제11권 제2호, p
p.153-172, 2006
- 김정주, 「원격 고등교육에서의 사회적 실재감 측정도구 개발」, 고려대학교
대학원 교육학과 박사학위논문, 2009
- 김지수, 「사이버 멀미 저감을 위한 VR 애니메이션의시각적 연출 연구」,
부산대학교 대학원 디자인학과 박사학위논문, 2021
- 김지은, 조성호, 「내현적 대인반응 척도의 개발 및 타당화」, 한국심리학회
지 :상담 및 심리치료, 제16권 제1호 , pp.407-434, 2004

김파, 「불안심리 개선을 위한 VRET 노출요법 기반의 VR 애니메이션 디자인요소와 체계화」, 동명대학교 대학원 디자인학과 박사학위논문, 2020

김혜선, 김혁, 강현민, 「인공지능 스피커 에이전트 언어적, 비언어적 커뮤니케이션 방식이 사용자경험에 미치는 영향:구체성과 일치성효과를 중심으로」, 디지털콘텐츠학회논문지, 제21권, 제2호, pp.317-326, 2020

류은영, 「내러티브와 스토리텔링-문학에서 문화콘텐츠로」, 인문콘텐츠학회 제14호, pp.229-262, 2009

문형춘, 「내담자 성인애착 특성에 따른 내담자 및 상담자의 내현적 대인반응과 회기성과」, 가톨릭대학교대학원 심리학과, 박사학위논문, 2007

박경인, 조창환, 「브랜드의 사회적 실재감 척도개발에 관한 연구: 페이스 북을 중심으로」 광고학연구, 제26권 제5호, pp.213-241, 2015

박선영, 조용주, 「부모의 공감적 정서반응과 자녀의 내현적 자기애와의 관계: 부모의 합리적 설명으로 조절된 자녀의 자기위로능력의 매개효과」, 한국청소년연구, 제30권 제4호, pp.5-31, 2019

박신영, 「미디어 콘텐츠 이용 과정에 나타난 판타지 욕구와 플로우 경험」, 경북대학교 대학원 신문방송학과 박사학위논문, 2009

백란이, 「항공서비스학과 교육에서의 VR 현존감과 상호작용이 교육만족도에 미치는 영향 : 지각된 유용성과 지각된 재미의 매개효과」, 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과 박사학위논문, 2021

서해림, 「디지털 매체 몰입 경험에 관한 연구: 게임플레이어들을 중심으로」, 이화여자대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문, 2003

석지선, 「부부관계에서 이루어지는 자기대상전이 경험에 관한 연구:코헷의 자기심리학에 기초하여」, 서울여자대학교 휴먼서비스대학원 기독교학과 석사학위논문, 2020

손영균, 「게임의 인터랙티브 스토리텔링 서사구조 분석 및 설계 - 캐릭터

- 중심 스토리텔링 위주로-], 상명대학교 대학원 게임학과 게임학전공 석사학위논문, 2019
- 송미숙, 「3D디지털 애니메이션에서 시각적 촉각성이 수용자의 현전감(Presence)에 미치는 영향」, 중앙대학교 첨단영상대학원 영상예술학과 애니메이션이론 전공 박사학위논문, 2015
- 안찬제, 「시선추적을 활용한 몰입형VR애니메이션의 사이버멀미 완화를 위한 시선유도연출연구」, 부산대학교대학원 박사학위논문, 2022
- 양지현, 「가상현실 기반 예술콘텐츠에서작품의 이해와 관심에 미치는 현존감의 영향」, 홍익대학교대학원 문화예술경영학과 석사학위논문, 2019
- 우선미, 「증강현실 기반 미디어 아트의 지각적 신체화 연구 - 포스트-현상학을 중심으로 -」, 홍익대학교 대학원 미술학과 예술학전공 박사학위논문, 2022
- 이익희, 「360 VR(Virtual Reality) 영상의 시야 확장에 대응한 영상 연출에 대한 연구」, 한국과학예술포럼 제25호, pp.295-305, 2016
- 이지혜, 「가상현실 시스템 환경 기술에서 주는 몰입감의 요소」, 한국디자인문화학회 제24권 제2호, pp.585-596, 2018
- 이진이, 김형석, 「웹툰에서 나타나는 커뮤니케이션의 순환 과정과 저항 문화에 대한연구 : 직장생활 웹툰을 중심으로」, 한국애니메이션학회, p.38-39. 2013
- 이현진, 「가상현실 콘텐츠의 사용자 중심 디자인 방법론에 관한 연구」, 한국디자인학회 디자인학연구 제16권 제3호, pp.20-200, 2009
- 정민주, 김학준, 「서비스 직원의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션 능력이 고객만족과 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향」, 관광레저연구, 제24권, 제1호, pp.453-472, 2012
- 조윤미, 「하인즈 코헷(Heinz Kohut)의 자기심리학을 통한 목회적 돌봄에

- 관한 연구», 한신대학교 신학전문대학원 석사학위논문, 2003
- 조은미, 「온라인 학습공동체에서 사회적 실재감이 학습몰입과 학습효과에 미치는 영향」, 대구가톨릭대학교 대학원 교육학과 석사학위논문, 2010
- 준석, 손용, 「미디어 이용과 몰입경험에 따른 수용자의 여가만족에 관한 연구:TV와 인터넷을 중심으로」. 중앙대학교대학원 신문방송학과 박사학위논문. 2004
- 최서현, 「대학생의 자기 대상 경험과 자기에 간의 관계」, 부산대학교대학원 석사학위논문, 2017
- 황영훈, 「자기 심리학의 관점에서 본 종교체험과 퇴행」, 한국기독교상담학회지 제12권, pp.180-198, 2006
- 황희정, 「현상학적 관점으로 본 여가경험의 개념 간 관계 분석: 플로우, 관여, 몰입의 개념을 중심으로」. 한양대학교대학원 관광학과 석사학위논문, 2006

2. 외국서 및 논문

- A. Mehrabian, "significance of posture and position in the communication of attitude and status relationships". Psychological Bulletin, Vol.71 No.5, pp.359-372. 1969
- C. Dongseong & K, Jinwoo, "Why people continue to play online games: In search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents", Cyber Psychology & behavior Vol.17 No.1, pp.11-24, 2004
- C. heeter, "Being there: The subjective experience of presence". Presence: Teleoperators and Virtual Environments, Vol.1 No.2, p

p.1-13, 1992

- D. MacIsaac, "Empathy : Hienz Kohut's contribution", In A. C. Bohart & L. S.Greenberg(Eds.), *Empathy reconsidered*, Washington: American Psychological Association, pp.245-264, 1997
- E. S. Wolf, *Treating the Self*, New York: The Guilford Press, 2002
- F. Biocca & C. Harms & J. K. Burgoon, "Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria Presence", *Tele operators and Virtual Environments*, Vol.12 No.5, pp.456-480, 2003
- G. W. F. Hegel, *phänomenologie des Geistes*, Johannes Hoffmeister, Felix Meiner, Hamburg, 1952
- H. Kohut, "Forms and transformation of narcissism". *journal of American Psychoanalytic*, vol.14 no.2, pp.243-272, 1966
- H. Kohut, *How Does Analysis Cure?*, Chicago : The University of Chicago Press, 1984
- H. Kohut. *Restoration of the Self*, New York International Universities Press, 1996
- H. Rheingold, *Virtual Reality*, Summit Books, 1991
- I. Crombie, *An Examination of Plato's Doctrines* 2st Edition, London : Routledge & Kegan Paul, 1963
- J. Farman, *Mobile Interface Theory: Embodied Space and Locative Media*, London and New York: Routledge, 2012
- J. Steuer, "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Tele presence, *journal of Communication*", Vol.42 No.2, pp.73-93, 1993
- K. Karel & P. A. Kirschner & W. Jochems, "Identifying the Pitfalls

- for Social Interaction in Computer-Supported Collaborative Learning Environments: A Review of the Research", *Computers in Human Behavior*, Vol.19 No.3, pp.335-353, 2003
- L. Kwan Min, "Presence, explicated", *Communication Theory*, Vol.14 No.1, pp.27-50. 2004
- M. Csikszentmihalyi, "Play and intrinsic rewards, *Journal of Humanistic Psychology*", Vol.15 No.3, pp.41-63, 1975
- M. H. Davis, "A multidimensional approach to individual differences in empathy". *Catalog of Selected Documents in Psychology* Vol.10, pp.85-101, 1980
- M. J. Schuemie & P. Van Der Straaten & M. Krijn & C. A. van der Mast, "Research on Presence in Virtual Reality: A Survey", *Cyber Psychology & Behavior*, Vol.4 No.2, pp.183-201, 2001.
- M. Slater & M. Usoh, "Representations systems, perceptual position, and presence in immersive virtual environments", *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, Vol.2 No.3, pp.221-233, 1993
- M. Webster, *Webster's Dictionary*, Merriam Webster, 1996
- N. Pembroke, "Trinity, Love, and Pastoral Mirroring", *Pastoral Psychology* Vol.53 No.2, pp.163-173, 2004
- N. Yee, J & Bailenson, "The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior", *Human Communication Research* Vol.36 No.2, pp.271-290, 2007
- Platon, Phaidon, 101c
- R. E. Rice, "Media Appropriateness: Using Social Presence Theory

to Compare Traditional and New Organizational Media", Human Communication Research, Vol.19 No.4, pp.471-484, 1993

R. M. Cooper & A. S. Law & S. R. H. Langton, "Looking back at the stare-in-the-crowd effect: Staring eyes do not capture attention in visual search", Jov Journal of Vision, Vol.13 No.6, p.p.1-22, 2013

R. Wellek, Discriminations : Further Concepts of criticism. New Haven: Yale university Press. 1970

3. 인터넷 링크 및 기타자료

Affective, <https://www.wix.com/wordsmatter/blog/2020/11/affective-vs-effective>

ISPR, www.ispr.info

Top Market Reports, <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/augmented-reality-virtual-reality-market-1185.html>.

Virtual Reality, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/virtual%20reality#h1>

www.techopedia.com

[부 록]

부록 1. <연구대상자 설명문 및 동의서>

<p>본 연구는 <가상현실 애니메이션의 현존감으로써의 자기대상 요소>연구를 위한 설문입니다. 귀하의 서명은 귀하가 본 연구의 위험성에 대한 설명을 들었음을 의미하며, 귀하의 서명은 자신(또는 법정대리인)이 본 연구 참가를 허락한 것을 의미합니다. 본 연구에 동의하지 않더라도 어떠한 불이익이 없음을 알려드리며, 여러분의 설문은 소중한 자료로 쓰여 질 것입니다.</p> <p>본 설문지는 맞거나 틀린 답이 없으며 여러분의 솔직한 대답만이 정답입니다. 연구 결과는<가상현실 애니메이션의 현존감으로써의 자기대상 요소>를 위한 자료로 소중하게 이용될 것이며, 연구 목적 이외의 다른 어떤 목적으로도 사용하지 않을 것입니다. 연구 참여자의 신분은 공개되지 않으며, 수집한 자료 또한 연구 목적으로만 사용됩니다.</p> <p>본 설문에 대한 응답은 아래의 5점 척도로 구성되며 질문 내용을 잘 읽고 그 내용에 대하여 자신의 생각을 솔직하게 표시해 주면 됩니다.</p> <p>[①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다]</p>			
<p><input type="checkbox"/> 연구제목 : 가상현실 애니메이션의 현존감으로써의 자기대상 요소</p>			
<p>1. 본인은 자발적으로 설문에 참여하며, 언제라도 도중에 연구 참여를 거부하거나 중단할 수 있습니다.</p>		예	아니오
<p>2. 본인의 서명은 연구를 통해 얻어진 결과를 발표하는데 동의하는 것을 의미합니다.</p>		예	아니오
<p>본인은 상기 내용을 모두 이해하였습니다.</p>		예	아니오
서명일		서명(인)	
문의	<p>중앙대학교 첨단영상대학원 영상학과 영상예술학 애니메이션이론/콘텐츠프로듀싱 전공 : coms02@cau.ac.kr</p>		

부록 2. <내현적대인반응척도>

다음의 문항은 가상현실 속 대상과 함께 있을 때 <당신에게 어떠한 느낌을 주는지>와 관련한 질문으로 자연스러운 느낌에 대하여 응답해주시기 바랍니다.

“가상현실 대상은 나에게_____한 느낌을 주었다.”

전혀 아니다(0)	거의 아니다(1)	어느 정도 그렇다(2)	상당히	그렇다(3)	매우	그렇다(4)
1	믿을 수 있는 사람이다	0	1	2	3	4
2	무기력하다	0	1	2	3	4
3	나에게 권위적이다	0	1	2	3	4
4	나를 멀리한다	0	1	2	3	4
5	내가 시키는대로 한다	0	1	2	3	4
6	나의 관심을 끌고 싶어 한다	0	1	2	3	4
7	당돌하다	0	1	2	3	4
8	나에게 공격적이다	0	1	2	3	4
9	나를 불편해한다	0	1	2	3	4
10	나에게 마음을 터놓는다	0	1	2	3	4
11	나를 배려한다	0	1	2	3	4
12	불안정하다	0	1	2	3	4
13	나에게 지시적이다	0	1	2	3	4
14	나를 거부한다	0	1	2	3	4
15	내가 무슨 말을 하든 동의한다	0	1	2	3	4
16	나에게 잘 보이려 한다	0	1	2	3	4
17	자신만만하다	0	1	2	3	4
18	나에게 함부로 대한다	0	1	2	3	4
19	나를 믿지 않는다	0	1	2	3	4
20	나에게 다정하다	0	1	2	3	4
21	나를 도우려한다	0	1	2	3	4
22	불안해한다	0	1	2	3	4
23	나를 통제한다	0	1	2	3	4
24	나에게 마음을 열지 않는다	0	1	2	3	4
25	나에게 순종적이다	0	1	2	3	4
26	나에게 관심이 있다	0	1	2	3	4
27	주도적이다	0	1	2	3	4
28	나에게 무례하다	0	1	2	3	4
29	나를 피한다	0	1	2	3	4
30	나를 신뢰한다	0	1	2	3	4
31	나를 지지해준다	0	1	2	3	4
32	자신감이 없다	0	1	2	3	4
33	나를 자기 뜻에 맞추려고 한다	0	1	2	3	4
34	나에게 쌀쌀맞다	0	1	2	3	4
35	내가 무슨 요구를 해도 수용한다	0	1	2	3	4
36	나에게 호감이 있다	0	1	2	3	4
37	고집이 세다	0	1	2	3	4
38	나에게 신경질적이다	0	1	2	3	4
39	긴장하고 있다	0	1	2	3	4
40	나에게 자상하다	0	1	2	3	4

41	나를 격려해준다	0	1	2	3	4
42	절망감에 빠져있다	0	1	2	3	4
43	나를 자기마음대로 하려고 한다	0	1	2	3	4
44	나에게 무관심하다	0	1	2	3	4
45	나에게 쉽게 양보한다	0	1	2	3	4
46	나를 필요로 한다	0	1	2	3	4
47	견방지다	0	1	2	3	4
48	나에게 폭력적이다	0	1	2	3	4
49	나를 두려워한다	0	1	2	3	4
50	나에게 친절하다	0	1	2	3	4
51	나를 이해한다	0	1	2	3	4
52	우울해 한다	0	1	2	3	4
53	비주장적이다	0	1	2	3	4
54	나와 더 친밀해지기를 원한다	0	1	2	3	4
55	따지기 좋아한다	0	1	2	3	4
56	나를 만만하게 본다	0	1	2	3	4
57	나를 미워한다	0	1	2	3	4
58	나에게 고마워한다	0	1	2	3	4
59	나를 걱정한다	0	1	2	3	4
60	혼란스러워 한다	0	1	2	3	4
61	나에게 의존적이다	0	1	2	3	4
62	나에게 비판적이	0	1	2	3	4
63	나를 싫어한다	0	1	2	3	4
64	나를 존중한다	0	1	2	3	4
65	위축되어 있다	0	1	2	3	4
66	나에게 방어적이다	0	1	2	3	4

다음의 문항은 가상현실 속 대상과 함께 있을 때 <당신의 마음에 일어난 감정>과 관련한 질문으로 자연스러운 느낌에 대하여 응답해주시기 바랍니다.

“가상현실 대상과 함께 있을 때 나는 _____ 한 감정을 느꼈다.”

전혀 아니다(0)		거의 아니다(1)	어느 정도 그렇다(2)	상당히 그렇다(3)		매우 그렇다(4)		
1	지겹다			0	1	2	3	4
2	죄책감이 든다			0	1	2	3	4
3	상대방이 안쓰럽다			0	1	2	3	4
4	나 자신이 자랑스럽다			0	1	2	3	4
5	어떻게 해야할지 모르겠다			0	1	2	3	4
6	상대방이 두렵다			0	1	2	3	4
7	기쁘다			0	1	2	3	4
8	신경이 날카로워진다			0	1	2	3	4
9	짜증난다			0	1	2	3	4
10	미안하다			0	1	2	3	4
11	상대방이 가엾다			0	1	2	3	4
12	나 자신에 대해 만족스럽다			0	1	2	3	4
13	어색하다			0	1	2	3	4
14	상대방이 무섭다			0	1	2	3	4
15	고맙다			0	1	2	3	4
16	질투심이 든다			0	1	2	3	4
17	상대방이 싫다			0	1	2	3	4
18	나 스스로를 비난한다			0	1	2	3	4
19	상대방이 딱하다			0	1	2	3	4
20	유능감이 느껴진다			0	1	2	3	4
21	상대방을 대하기 조심스럽다			0	1	2	3	4
22	좌절감이 든다			0	1	2	3	4
23	즐겁다			0	1	2	3	4
24	상대방이 알밋다			0	1	2	3	4
25	불쾌하다			0	1	2	3	4
26	내가 무언가 잘못된 느낌이다			0	1	2	3	4
27	상대방에 대해 동정심이 든다			0	1	2	3	4
28	자신감이 생긴다			0	1	2	3	4
29	상대방이 부담스럽다			0	1	2	3	4
30	상대방에게 압도되는 느낌이다			0	1	2	3	4
31	애정이 느껴진다			0	1	2	3	4
32	자존심이 상한다			0	1	2	3	4
33	화가 난다			0	1	2	3	4
34	부끄럽다			0	1	2	3	4
35	상대방이 불쌍하다			0	1	2	3	4
36	뿌듯하다			0	1	2	3	4
37	긴장된다			0	1	2	3	4

38	무기력해진다	0	1	2	3	4
39	친밀감이 느껴진다	0	1	2	3	4
40	외롭다	0	1	2	3	4
41	상대방이 밉다	0	1	2	3	4
42	후회스럽다	0	1	2	3	4
43	상대방이 측은하다	0	1	2	3	4
44	거리감이 든다	0	1	2	3	4
45	열등감이 든다	0	1	2	3	4
46	힘이 난다	0	1	2	3	4
47	우울하다	0	1	2	3	4
48	상대방이 괄씸하다	0	1	2	3	4
49	상대방에 대해 안타깝다	0	1	2	3	4
50	난감하다	0	1	2	3	4
51	편안하다	0	1	2	3	4
52	혼란스럽다	0	1	2	3	4
53	상대방에 대해 실망스럽다	0	1	2	3	4
54	상대방에 대해 연민이 든다	0	1	2	3	4
55	당황스럽다	0	1	2	3	4
56	신뢰감이 느껴진다	0	1	2	3	4
57	슬프다	0	1	2	3	4

다음의 문항은 가상현실 속 대상과 함께 있을 때 <당신의 '소망' 또는 '충동'>과 관련한 질문으로 실제 행동할 것인지, 도덕적으로 올바른 것인지를 생각하지 마시고 응답해주시기 바랍니다.

“가상현실 대상과 함께 있을 때 나는 _____ 하고 싶다.”

전혀 아니다(0)	거의 아니다 (1)	어느 정도 그렇다(2)	상당히 그렇다(3)			매우 그렇다 (4)	
1	보살펴주고 싶다		0	1	2	3	4
2	상대방을 내 마음대로 하고 싶다		0	1	2	3	4
3	나를 이끌어 주었으면 좋겠다		0	1	2	3	4
4	독립적이고 싶다		0	1	2	3	4
5	잘못을 지적하고 싶다		0	1	2	3	4
6	이해받고 싶다		0	1	2	3	4
7	나를 더 발전시키고 싶다		0	1	2	3	4
8	상처받고 싶지 않다		0	1	2	3	4
9	모욕을 주고 싶다		0	1	2	3	4
10	안심시켜 주고 싶다		0	1	2	3	4
11	통제하고 싶다		0	1	2	3	4
12	상대방에게 모두 맡기고 싶다		0	1	2	3	4
13	구속받고 싶지 않다		0	1	2	3	4
14	벗어나고 싶다		0	1	2	3	4
15	나를 중요하게 여겼으면 좋겠다		0	1	2	3	4
16	더 나은 내가 되고 싶다		0	1	2	3	4
17	갈등을 피하고 싶다		0	1	2	3	4
18	욕해주고 싶다		0	1	2	3	4
19	기쁘게 해주고 싶다		0	1	2	3	4
20	휘어잡고 싶다		0	1	2	3	4
21	대신 결정을 내려주면 좋겠다		0	1	2	3	4
22	내 스스로 하고 싶다		0	1	2	3	4
23	대항하고 싶다		0	1	2	3	4
24	마음을 터놓고 싶다		0	1	2	3	4
25	더 유능하고 싶다		0	1	2	3	4
26	얼매이고 싶지 않다		0	1	2	3	4
27	상처주고 싶다		0	1	2	3	4
28	즐겁게 해주고 싶다		0	1	2	3	4
29	상대방을 이기고 싶다		0	1	2	3	4
30	시키는 대로 하고 싶다		0	1	2	3	4
31	간섭받고 싶지 않다		0	1	2	3	4
32	거리를 두고 싶다		0	1	2	3	4
33	나를 좋아해주었으면 좋겠다		0	1	2	3	4
34	매력적으로 보이고 싶다		0	1	2	3	4
35	피하고 싶다		0	1	2	3	4
36	복수하고 싶다		0	1	2	3	4
37	편안하게 해주고 싶다		0	1	2	3	4
38	야단을 치고 싶다		0	1	2	3	4
39	요구하는 대로 따르고 싶다		0	1	2	3	4
40	나 자신을 보호하고 싶다		0	1	2	3	4
41	반항하고 싶다		0	1	2	3	4
42	나에게 마음을 열었으면 좋겠다		0	1	2	3	4
43	거절당하고 싶지 않다		0	1	2	3	4

44	나 자신을 방어하고 싶다	0	1	2	3	4
45	다시 만나지 않았으면 좋겠다	0	1	2	3	4
46	돕고 싶다	0	1	2	3	4
47	보살핌을 받고 싶다	0	1	2	3	4
48	본연의 내 자신이 되고 싶다	0	1	2	3	4
49	내 주장을 하고 싶다	0	1	2	3	4
50	관심을 받고 싶다	0	1	2	3	4
51	아무 것도 해주기 싫다	0	1	2	3	4
52	칭찬하고 싶다	0	1	2	3	4
53	의지하고 싶다	0	1	2	3	4
54	책임감에서 벗어나고 싶다	0	1	2	3	4
55	나를 있는 그대로 인정해주었으면 좋겠다	0	1	2	3	4
56	말도 하기 싫다	0	1	2	3	4
57	격려해주고 싶다	0	1	2	3	4
58	본받고 싶다	0	1	2	3	4
59	폭력적인 행동을 하고 싶다	0	1	2	3	4

국 문 초 록

가상현실 애니메이션에 나타난 현존감으로써 자기대상 연구

구 보 림

영상학과 영상예술학-애니메이션이론/콘텐츠프로듀싱전공

중앙대학교 첨단영상대학원

오늘날 4차 산업기술의 발전은 사회문화 전반적으로 공간에 대한 다차원적이고 직관적인 상호작용을 가능하게 만들었다. 가상현실(Virtual Reality)의 기술은 광범위한 분야에서 사용되며 인간과 디지털 공간의 상호 작용 방향에 대한 혁명을 일으켰다. 1982년 공상 과학소설에서 처음 등장한 시점부터 다양한 분야와의 응용과 결합이 일어났다. 특히 인간의 생각과 행동을 반영하고 표현하는 예술과의 결합은 감상자가 공간을 넘어 물리적으로나 감정적으로 가상 영역을 해체하고 구조화하며 보다 확장된 인지각을 일으켰다. 예술로의 다양한 접근 방식을 가진 가상현실은 체험(Experience)과 몰입(Immersion)이라는 콘텐츠의 특성으로 예술을 새로운 창작의 영역으로 확장시켰다. 또한 기존의 시각적 표현이 주는 상호 작용의 경계를 넘어 예술에 대한 인간의 태도에 대한 변화를 가져왔다. 가상현실 콘텐츠의 확장은 인간의 심리적 변화와 연결되고 이른바 메타버스(Metaverse)시대에 등장할 가상현실 콘텐츠 개발에 앞서 논의되어야 한다. 따라서 본 연구는 가상현실 애니메이션(Virtual Reality Animation)의 현존감(Presence)을 미국의 정신분석학자 하인즈 코헷(Heinz Kohut)의 자기심리학(Self psychology)이론을 기반으로 심리적 효과를 주는 요소를 도출하고

자 한다. 가상현실 콘텐츠의 현존감(Presence)은 그동안 다양한 측정도구를 활용하여 그 존재와 특성을 밝히고자 하였다. 하지만 사용자의 주관적 경험을 통한 분석이기에 이론적 기준이 다소 모호하다는 한계점이 있다. 이에 본 연구는 가상현실 애니메이션 사용자의 심리적 특성을 현존감(Presence)의 기능 중 대상과의 관계를 통한 심리적 효과에 초점을 맞추어 살펴보고자 한다. 특히 대상과의 관계에서 인간의 심리를 분석한 자기대상의 심리적 효과를 분석에 적용하여, 정서적 경험의 측면인 ‘사회적 현존감(Social Presence)’에 측면에 초점을 맞추어 분석한다. 가상현실 애니메이션은 상호작용(Interaction)으로 사용자가 가상현실 안에서 일련의 사회성을 가지게 된다. 여기서 상호작용을 하는 상황이 현실과 유사할수록 사용자는 마치 거기에 존재하는 것과 같은 현존감(Presence)을 강하게 느낄 수 있다. 가상현실 애니메이션의 요소가 사용자와 상호작용을 통하여 관계를 형성하는 것은 자기대상을 통하여 관계 속에서 인간의 심리를 분석할 수 있다는 코헛의 이론에 따른다. 즉, 가상의 대상이 사용자의 자기대상(Self Object)과 유의미한 영향성을 가지고 있다는 가설로서 가상현실 애니메이션의 자기대상 요소를 밝히는 것은 사용자가 가상현실을 현실과 같이 느끼는 현존감(Presence)의 심리적 분석과도 연결될 수 있다. 코헛에 따르면 자기대상은 단순히 현실의 대상을 포함하며, 실생활에서도 체험할 수 있는 모든 인지적 순간에서 나타난다고 말한다. 이러한 측면은 인공적으로 만들어진 가상의 대상이 자기대상으로서의 역할을 할 수 있다는 예상을 가진다. 인간의 자기대상과의 경험은 단순히 상호작용으로만 국한되지 않으며 ‘자기(Self)’를 투사할 수 있는 모든 경험을 뜻한다. 이러한 연구배경에 따라 본 연구는 사회적 현존감(Social presence)을 위해 필요한 조건에 성립하는 세 가지 가상현실 애니메이션 사례작품을 선정 및 분석하였다. 이어 코헛의 임상실험에 따라 제시된 대상의 요건을 도출하고, 요건에 부합

한 요소를 각 작품마다 살펴보았다. 특히 정서적 경험의 측면인 사회적 현존감(Social presence)으로서의 요소와 자기대상의 요소를 도출하여 상관 관계를 확인하였다. 또한 가상대상의 자기대상적인 기능의 가능성과 현존감(Presence)으로써의 영향성을 확인하기 위하여 사례 작품의 설문조사를 진행하였으며, 연구결과 가상현실 애니메이션의 자기대상(Self object)요소와 사회적 현존감(Social presence)의 요소가 사용자와의 상호작용을 통하여 유의미한 영향을 가지고 있음이 나타났다. 특히, 사회적 현존감(Social presence)의 정서적인 측면으로써 사용자에게 건강한 자기(Self)를 형성하는 자기대상이 가상현실 애니메이션의 현존감(Presence)적인 효과와 유의미한 영향을 보였으며, 가상현실에서의 자기대상적인 기능으로서 나타났다. 이에 결론적으로 가상현실의 현존감(Presence)은 정서적 경험의 측면으로 자기대상과 유의미한 관계를 가지고 있다. 이러한 연구의 결과는 앞서 연구배경 및 목적에서 주지한 바와 같이 가상현실 사용자의 현존감(Presence)을 보다 심리적인 측면으로 살펴볼 수 있는 측정도구를 마련할 수 있으며, 추후 현존감(Presence) 발생을 위한 작품의 제작적인 측면에서 심리적 접근의 토대를 마련할 수 있다. 이러한 연구를 배경으로 후속 연구는 가상현실의 현존감(Presence) 강화를 자기심리학적 측면으로 바라보는 수용자의 임상적 분석을 통하여 실질적 과학 이론의 근거를 다져 새로운 가상현실 콘텐츠의 제작에 앞서 사용자의 심리분석을 통하여 나아가 콘텐츠 제작에 적용하여 품질 개선을 도모하고자 한다.

* 핵심어 : 가상현실 애니메이션, 현존감, 자기심리학, 자기대상

ABSTRACT

A study on Self object as Presence in Virtual Reality Animation

Ku, Bo Reum

Major in Animation studies · Contents producing

Department of Imaging Art,

The Graduate School of

Advanced Imaging Science

Chung-Ang University

The development of the fourth industrial technology has realized Multidimensional and intuitive interaction with space throughout social culture. The technology of virtual reality is used widely in different areas and has revolutionized the direction of interaction between humans and digital space. Since its first appearance in a science fiction in 1982, it has been applied to and combined with various fields. Particularly, through its combination with art that reflects and expresses what humans think or do, the viewer can break up and structuralize virtual areas either physically or emotionally beyond space and arouse a more extended sense of cognition. Virtual reality that is equipped with diverse approaches to art has extended art to new areas of creation with its characteristics of contents such as 'experience' and 'immersion'. It has also brought about change in human attitudes towards art beyond the

boundaries of interaction presented by visual expressions previously. The extension of virtual reality contents should be discussed prior to the development of virtual reality contents that are associated with psychological changes in humans and will emerge in the so-called Metaverse era. Therefore, this study is attempted to analyze the presence of virtual reality animations and derive factors that exert psychological effects grounded on the self-psychology theory of American psychoanalyst Heinz Kohut. Concerning the presence of virtual reality contents, a variety of measurement tools have been utilized to reveal its existence and characteristics. Yet, because the analysis is grounded on the user's subjective experience, there was a limitation that the theoretical criteria were rather ambiguous. Therefore, regarding the psychological characteristics of virtual reality animation users, this study is attempted to derive factors by focusing on psychological effects from relationship with the object among the functions of presence. In particular, the analysis applied the psychological effects of the self-object to analyze human psychology in relationship with the object. It is because this researcher performs analysis focusing on the aspects of 'social presence' through the relationship between the object in virtuality and the user. Virtual reality animations allow the user to interact and have a series of socialities in virtuality. Here, the more similar the situation in which the interaction occurs is to reality, the stronger the user can feel the 'sense of existence' as if it really existed there. The fact that the factors of virtual reality animations form a relationship through interaction with the user plays roles as the self-object in Kohut's theory. Kohut says that through the self-object, human psychology can be analyzed in relationships. Therefore, revealing the self-object element

s of virtual reality animations is related to analyzing psychologically the sense of presence that the user gets to feel virtual reality like reality. However, it may be somewhat limited to substitute artificial objects into the theory that analyzes real human psychology. According to Kohut, however, the self-object simply involves the objects in reality and appears in all cognitive moments one can experience in real life. At this time, the object may be an actual human, an object, or some intangible outcome. This is not limited to interaction but refers to any experience that can project 'self'. This study conducted case analysis to derive the factors by selecting three virtual reality-based works that fulfill the conditions necessary for social presence. Next, this author derived the requirements of the object presented according to Kohut's clinical experiments and analyzed the factors fulfilling the requirements for each of the works. By conducting cross-tabulation analysis on the factors of social presence and the psychological effects of the factors of the self-object, this study suggests a model of psychological effects that the factors of virtual reality animations can exert on the users. According to the findings, the psychological effects that can be gained through interaction between the users and the factors of social presence of virtual reality animations are significantly related to the psychological effects that the factors of the self-object can present. As the factors that allow the users to interact within virtual reality and feel a sense of social presence, this study derived the psychological effects of subjectivity, direct participation, emotional exchange, and appropriate compensation. For example, it was possible to derive psychological effects on the self-object users similar to mirror self-object attributes like recognition, praise, memory, opportunity, or maintenance and two

n self-object attributes such as consistency with the feelings, deeds, or the beings. This means that the psychological effects of the self-object are significantly related with social presence. Based on the findings, it is possible to lay the theoretical foundation for whether the self-object can be used as the presence of virtual reality animations, and through the theory, the indicators can be presented to explore the factors that can induce the presence of virtual reality. Moreover, prior to the production of new virtual reality contents, this study has analyzed user psychology to allow the results to be applied to the production of contents and enhance the quality further.

* **Keywords:** VR Animation, Presence, Self psychology, Self object