

모바일 캐릭터 콘텐츠에 있어서 메타포의 효용성에 관한 연구

a Study on efficient of metaphor for mobile chracter contents

설종원

한양대학교 대학원 석사과정

Seol, Jong-Won

Graduate School of Industrial Design, HYU

한정완

한양대학교 디자인 대학

Han, Jung-wan

Dept. of Industrial Design, HYU

• Key words: Figure, Layer, Metaphor

1. 서론

현재는 전세계적으로 '모바일 혁명'이 진행되고 있는 상황이다. 모바일폰 화면에 자신이 원하는 캐릭터를 띄우는 모바일 캐릭터 다운로드 서비스가 올해 무선인터넷 분야의 최대 수익 사업으로 자리 잡을 전망이고, 모바일 콘텐츠는 SIS(Simple Image Service)방식의 텍스트기반 정보전달에서 IMT2000 동 영상 압축기술(Mpeg4)을 통한 멀티미디어 모바일 캐릭터 콘텐츠 서비스로 제시되고 있다. 다양한 멀티미디어 콘텐츠이다. 좀더 사용자의 니즈에 따른 스타프로젝트가 요구되는 시점에 모바일 캐릭터용 콘텐츠 제작에 있어 메타포(Metaphor)¹⁾는 해학적인 캐릭터 콘텐츠의 다양한 연출 기법과 서비스에 이용되며, 기존의 텍스트기반의 의미전달보다는 다양한 기대효과와 상품부한 상상력이 요구되는 모바일 캐릭터 콘텐츠 시장으로 급격히 변모되고 있으며, 정해진 기간 내에 제공되는 콘텐츠 물량 역시 대량생산에 맞춰 움직이고 있다. 따라서 본 연구의 목적은 메타포의 효용성을 이용한 모바일 캐릭터를 기본으로 하여 다양한 체형(Figure)²⁾의 모바일 캐릭터와 캐릭터 모션 적용의 원활한 활용을 기대할 수 있도록 모바일 캐릭터 콘텐츠 제작에 관련된 기초연구를 목적으로 한다.

2. 연구방법

본 연구에서는 모바일 캐릭터 콘텐츠는 제작기획에서 의도한 기대효과를 거두기 위해서 제작 기획부터 시나리오, 연출기법에 메타포를 이용한 캐릭터 콘텐츠 제작 프로세스를 연구 대상으로 삼는다. 이는 형식이 정해진 짧은 시간에 내용전달이 가장 중요한 요소이므로 연출된 발상이 중요한 포인트로 제시된다. 따라서 메타포의 효용성을 구조화 하기 위하여 비교 분석하기로 한다.

3. 메타포(metaphor)

3-1. 프로세스에서의 메타포

경험하지 않은 현상이나 새로운 대상을 이해할 경우 우리

는 추론을 통해 다른 개념을 도입하여 그것을 이해하고 응용하는데 유효한 수단이 바로 메타포³⁾이다. 구조적, 내용적, 기호적으로 분류되는 유형(표3)을 가지고 있으며 현재 UI(User Interface)디자인과 애니메이션의 캐릭터나 시나리오 기획 상에서 큰 효용성을 나타내고 있다.

메타포 유형	활용 예
제시 메타포(Presentation Metapho)	프리젠테이션
구조 메타포(Structure Metapho)	다이아그램
조작 메타포(Navigation Metapho)	게임 UI
지표적 메타포(Indexical Metapho)	인터넷익스플로러 UI
도상적 메타포(Iconic Metapho)	Windows OS의 아이콘류
상징적 메타포(Symbolic Metapho)	B.I, C.I,캐릭터
유사성 메타포(Similarity Metapho)	패러디,플래시 무비
예측적 메타포(Predictability Metapho)	엽기, 시나리오상의 반전

표3) 메타포의 유형과 활용 예

4. 모바일 캐릭터 콘텐츠와 효용성 분석

4-1. 모바일 캐릭터에서의 메타포

모바일 캐릭터는 인체에 가까운 비례를 가진것 보다 인체비례와는 확연히 차이를 둔 체형(Figure)으로 제시된다(그림1). 이 경우에는 좀더 감정 및 동작 연출에 있어서 효과가 좋기 때문이다. 기능적으로 제시된 경우로 예를 들면 후세인을 닮은 캐릭터 경우 폭력 상징적 메타포를 활용한 경우이며, 마시마로 캐릭터 경우 엽기적인 행동의 예측적 메타포를 활용한 경우이다. 또한 실물에 비해 상당히 많은 부분이 생략되어 있지만 사용자 입장에서는 제작자의 기획 자체에서 의도된 기대효과라고 할 수 있다.

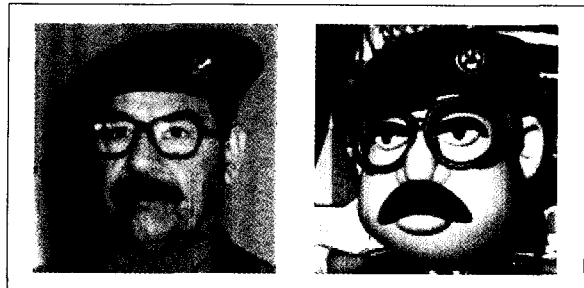


그림2) 상징성 메타포를 이용한 실존 인물과 캐릭터

1) 메타포의 어원은 그리스어로 "Metaphora", 의미로는 은유, 비유, 상징으로 구체적인 전달을 의미하며 친숙한 개념을 표현하는 방식이다.
2) 모션캐처 캐릭터에 맞게 커스터마이징(Custom)된 본(Bone)의 형태

3) 아리스토텔레스(Aristotle)는 메타포의 철학적 중요성을 강조한바 있다. "신성한 내용을 가장 잘 이해할 수 있는 방법은 은유로부터 이해하는 것 밖에 없다"

4-2. 동작응용에 있어서 메타포의 이해

음향적 효과 없이 보다 짧은 시간에 의미를 전달하고 사람들에게 시각전달력을 가지기 위해서는 동작응용에 있어서 해석적 해석이 필요하게 된다. 모바일폰⁴⁾의 작은 화면에 따른 표정보다는 동작에 의미전달을 두기 때문이다. 모바일 캐릭터에 대한 관절 움직임의 영역은 인체보다는 많은 부분을 제약받게 되며 시나리오 동작 연출도 의미전달력의 큰 요소로 작용한다. 즉 예측적, 유사적, 상징적 메타포를 이용함에 따라 보다 효과적인 동작응용에 따른 양질의 결과물을 얻게 된다. 따라서 3차원 캐릭터의 경우 모션캡처(Motion Capture)⁵⁾에서 나온 데이터는 모션캡처시 실존 인물인 액터(Actor)가 모션연출을 함에 따라 캐릭터에 적용 할때에 많은 부분에서 제약을 받게 된다. 이런 상황에서는 레이어(Layer)를 이용한 동작 제어와 해석적인 표현을 더욱 강조하기 위한 방법(그림3)으로 이용하여 좀더 리얼한 결과를 얻을 수 있다.

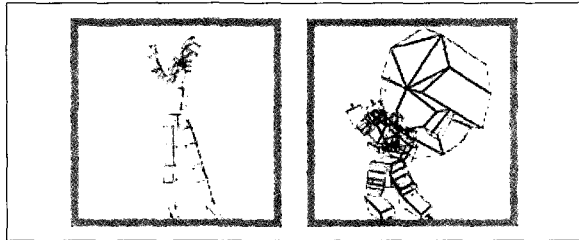


그림3) 모바일폰 화면에서 동작응용에 따른 캐릭터비교

4-3. 모바일 캐릭터 콘텐츠 메타포의 분석결과

모바일 캐릭터 콘텐츠에서 메타포의 효용성은 기획단계부터 제작과정까지 중요한 요소로 분석결과가 나타나고 있다. 다양한 시나리오와 연출 그리고 사용자와의 연대의식 속에 동일한 코드로 인식되어 나타나며 캐릭터는 아주 알기 쉬운 형태와 체형을 가지게 된다. 이 체형 역시 상징적 메타포의 결과라 할 수 있고 역할 및 애니메이션 되는 결과물에 대한 의미전달은 유사성, 예측성, 상징적 메타포를 통한 의도된 기획 연출이라 할 수 있다. (그림4)와 (표2)에서 보는 것과 같이 모바일 폰과 같이 작은 화면에서 캐릭터와 동작응용에서 나오는 이미지는 실존 인물보다 더욱 사용자로 하여금 현실적으로 느끼는 감정은 마치 만화, 애니메이션의 해석적 표현과도 같은 것으로 내용을 이해하고 전달하는데 메타포의 효용성(그림5)을 최대한 이용하는 결과라 분석된다.

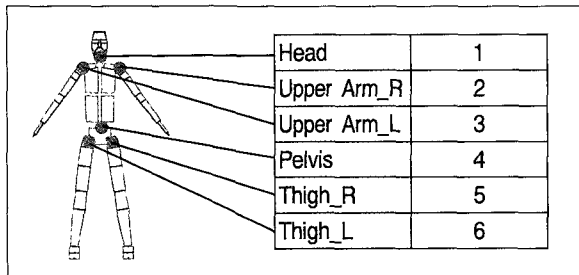


그림4) 모바일폰 화면에서 동작응용에 따른 캐릭터비교

4) IMT2000단말기 해상도는 176x144픽셀, 동영상 재생은 15프레임/초이다
5) 모션캡처 분류는 제어되는 기술에 따라 기계식, 자석식, 옵티컬 방식으로 나누며 가장 활용도 측면이 높은 옵티컬 방식으로 좀더 액터의 매우 리얼한 모션을 제공한다

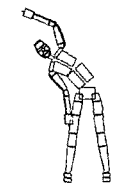
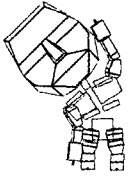
실존 인물	구분	영역
	1	143
	2	190
	3	190
	4	100
	5	95
	6	95
캐릭터	구분	영역
	1	55
	2	110
	3	100
	4	70
	5	85
	6	85

표2) 실존인물과 모바일 캐릭터 관절 영역 분석표

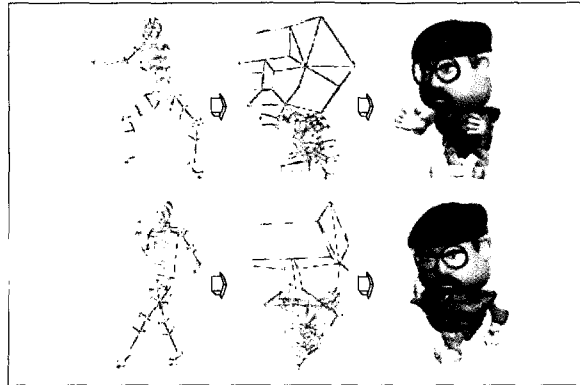


그림5) 실존인물과 모바일 캐릭터 동작응용에 있어서 시각적이미지

5. 결론

현재 모바일 캐릭터는 큰 시장성을 예고하며 빠르게 성장하고 있으며, 시각적 전달성이 뛰어난 디자인을 개발해 내는 것이 모바일 캐릭터 디자인에서 중점요소로 보인다. 이에 따른 메타포의 역할은 통합적인 지식과 발상주의의 밑받침으로 주어지게 된다. 모바일 캐릭터는 다른 캐릭터에 비해 사용자들의 피드백을 빠르게 받을 수 있어 일반 캐릭터와 좀 다른 점이라고 볼 수 있다. 따라서 제작기간을 줄이고 캐릭터의 오리진리티를 유지하는 것이 가장 큰 관건이다. 현재 국내에서 서비스되고 일반화되는 콘텐츠들은 해외에서는 아직 시범서비스나 기획중인 상황인 상태이다. 유독 한국 시장에서 독보적인 사업으로 제시되고 있는 상황인 만큼 캐릭터 산업의 발전, 무선인터넷 붐이 결합돼 국내외 모바일 캐릭터 콘텐츠 시장이 새로운 미디어 시장으로서 자리 매김을 기대해 본다.

참고문헌

- 홍우택, 디지털 캐릭터 애니메이션, 비앤씨, 1997
- 고희석, Cyber human의 동작제어 및 애니메이션 연구, 과학기술부, 2000
- 아라이 히사시 저, 노경란 역, 2010년 모바일 진화론, 삼각형M&B, 2000
- 임은모, 모바일 콘텐츠 개발 프로듀싱, 진한도서, 2001
- 임채식, 모바일 캐릭터 전성시대, 디지털타임즈, 2002/01/ 21.
- Character, 빠른 변화를 수용하는 아바타 캐릭터, 1월호, 70-71, 2002.
- 이종배, 모바일 캐릭터 다운로드 인기몰이, 전자신문, 2002, 01, 29.