

국내 캐릭터 선호도 조사를 통한 이용충족 분석연구 -스토리텔링과 디자인을 중심으로-

- I. 서론
 - 1. 연구목적 및 연구문제
 - 2. 연구범위 및 연구방법
 - II. 이론적 배경
 - 1. 용어의 개념
 - 2. 이용과 충족
 - III. 캐릭터 이용과 충족 요인분석
 - 1. 스토리텔링 구성요소 추구형
 - 2. 색 구성요소 추구형
 - IV. 결론
- 참고문헌
ABSTRACT

이종윤, 윤주현 *, **

초 록

캐릭터(Character)는 풍부한 스토리텔링과 다양한 디자인 요소를 지니고 있다. 국내캐릭터는 오프라인과 SNS를 통해 다양한 형태로 변화 발전하고 있으며 콘텐츠 산업적인 측면에서 발전하고 있다.

본 연구의 목적은 캐릭터 이용자들이 어떠한 스토리텔링 요인과 색채 요인으로 국내 캐릭터들을 이용하고 만족하는지에 대해서 요인을 발견하고 논의하는데 있다. 스토리텔링 측면에서는 모험, 판타지, 황당하고 익살스러운 스토리를 선호하는 것으로 나타났다. 색채 측면에서는 단순하고 심플한 주요색과 난색으로 구성되어 따뜻하고 귀여운 느낌의 색채 구성을 지닌 캐릭터를 선호하는 것으로 나타났다. 반면에 스토리텔링 측면에서는 단순한 소재의 유아 교육, 패션이나 완구가 주목적으로 되어 있는 단순한 스토리를 지닌 캐릭터는 비 선호하는 것으로 나타났다. 색채 측면에서는 주요색이 없이 4개 이상의 색들로 조합이 되어서 복잡한 느낌을 주는 캐릭터를 비 선호하는 것으로 나타났다.

스토리텔링 측면에서는 모험, 판타지 구조를 지닌 스토리 전개를 통해 OSMU의 콘텐츠로 변화 발전시킬 필요가 있다. 색채 측면에서는 이용자들이 선호하는 단순하고 심플한 난색으로 구성할 필요가 있으며 조립 로봇완구 캐릭터도 단순한 색상 구성을 통해 캐릭터의 이용 만족도를 높일 필요가 있다. 본 연구결과 스토리텔링과 색채 측면에서 이용자들이 만족하는 요인을 도출하였으며 이러한 결과들이 이론적 측면, 스토리텔링 측면, 캐릭터 디자인, 산업적인 측면의 발전에 도움이 될 것이다. 위와 같은 논문의 의의에도 불구하고 구체적인 캐릭터 대상의 스토리텔링의 분석들과 색채분석들을 통한 연구, 색채 분석에 대한 정확한 데이터분석 제시, 캐릭터 하나에 대한 단순 비교 분석을 연구의 한계점으로 지니고 있다.

주제어: 국내캐릭터, 스토리텔링, 색채, 이용과 충족, 캐릭터디자인, 색상징

I. 서론

1. 연구목적 및 연구문제

국내캐릭터는 다양한 매체를 통하여 스토리텔링과 디자인 측면에서 발전하고 있으며 하나의 문화콘텐츠로 자리매김하고 있다. 또한 캐릭터산업은 스마트폰의 확대에 의하여 디지털 캐릭터의 소비와 시장이 빠른 속도로 확대되고 있으며 커뮤니케이션의 도구로 이용이 증가하고 있다¹⁾.

둘리에서 시작한 한국의 캐릭터 시작은 뽀로로, 카카오톡 이모티콘을 통해 문화산업으로 자리잡고 OSMU(One Source Multi Use) 측면에서 다양한 분야와 계층으로 확산되고 있다²⁾. 스마트기기의 발달로 캐릭터 시장의 목표층이 성인으로 확장되고 있으며 어린이층에 한정된 국내 캐릭터 연구들이 점차 성인들에 대한 연구로 확대되고 있는 실정이다³⁾.

캐릭터 산업은 캐릭터를 활용한 다른 사업들로 확산되고 있다. 2014년 캐릭터산업의 매출액은 9조 527억원, 부가가치액은 3조 7,945억원으로 조사됐다. 수출액은 4억 8,923만 달러, 수입액은 1억 6,527만 달러인 것으로 조사됐다. 연도별 매출액은 2014년 9조 527억원으로 캐릭터 개발 및 라이선스업 매출액은 2013년 대비 10.7% 증가하였다.

캐릭터 이용자의 구매빈도는 조사대상자 중 월1회 정도 구입하는 대상자가 88%의 비율을 보이고 있으며, 여성이 비교적 자주 구매하며 젊을수록 자주 구매하는 것으로 나타났다. 또한 캐릭터

* 본 연구는 상명대학교 교내연구비를 지원받아 수행하였음.

** 본 연구는 주관성 연구 이종윤 논문인 「국내 캐릭터를 통한 다중적 자아의 선호유형 연구」를 부분 발췌하여 작성하였음.

- 1) 한국콘텐츠진흥원, “2015 캐릭터산업백서”, 『문화체육관광부』, (2015).
- 2) 류유희·이종한, 「<아기공룡 둘리>의 스토리텔링 분석을 통한 캐릭터 비즈니스 연구」, 『만화애니메이션연구』, (2015), pp 217-236.
- 3) 조인희·윤여광, 「미국, 일본의 캐릭터 산업 비교분석을 통한 한국캐릭터 산업의 발전 방안 연구」, 『한국엔터테인먼트산업학회논문지』, (2014), 통권 제 8호(2), pp 1~8.

선호이유로는 캐릭터의 외모(27.3%), 캐릭터가 친근해서(26.5%), 많이 알려진 캐릭터라서(24.4%), 캐릭터의 행동(14.1%)으로 나타났다. 특징으로는 여성은 ‘캐릭터의 외모’, 남성은 ‘많이 알려진 캐릭터’라는 이유로 선호하며 연령대별로는 유·아동은 ‘캐릭터가 친근해서’, 4~50대는 ‘추억을 불러일으키는 캐릭터라서’라는 결과를 나타냈다⁴⁾

캐릭터의 산업이 발전하는 상황에서 캐릭터 이용자들이 어떤 이유들로 캐릭터를 이용하며 만족하는지에 대한 연구가 필요하다. 캐릭터 성인 이용자들이 생각하고 있는 만족과 불만족 요인에 대한 연구들이 이루어져야 캐릭터 제작자와 생산자들에게 구체적인 가이드라인이 제시될 것이다. 위와 같은 이유로 현재 단순한 캐릭터의 색상 비교 조사, 하나의 캐릭터에 대한 스토리 전개에 대한 연구들은 한계를 지니고 있다. 이에 성인 캐릭터 이용자를 대상으로 국내 캐릭터의 스토리와 디자인 연구가 필요하다.

본 연구에서는 2015년 캐릭터 산업백서를 참고하여 연도별 대한민국 콘텐츠 대상 수상작 중 2001년 올해의 캐릭터 10부터 2015년 문화부장관상, 콘텐츠진흥원장상까지 수상한 총 39개의 캐릭터를 대상으로 스토리, 디자인 요소를 기준으로 이용과 충족 이론을 바탕으로 캐릭터 이용자들이 캐릭터를 ‘왜 이용하는가’를 연구하고자 한다. 이를 바탕으로 캐릭터 이용자들의 스토리, 디자인 선호 요인들에 대한 세부적인 분석을 통해 캐릭터의 제작에 대한 효과적인 방안을 제시하고자 한다. 이러한 논의는 국내 성인 캐릭터 이용자를 대상으로 캐릭터 스토리와 디자인의 이용과 충족 요소를 분석, 제시한다는 점에서 산업적인 의의가 있다.

2. 연구범위 및 연구방법

본 연구에서는 캐릭터분야 전문가들인 아이코닉스 전 상무 김○○, 손오공 이사 김○, 영실업 팀장 변○○, (사)한국캐릭터문화산업협회 전 회장 최○○, (사)한국캐릭터문화산업협회 현 회

4) 한국콘텐츠진흥원, “2013 캐릭터산업백서”, 『문화체육관광부』, (2013).

장 나○○의 조언을 통해 2015년 캐릭터 산업백서를 참고하여 2001년 올해의 캐릭터 10부터 2015년 문화부장관상, 콘텐츠진흥원장상까지 수상한 총 39개의 캐릭터를 대상으로 분석하였다.

						
1. 어리 이야기	2. 아기공룡 둘리	3. 모커가디언 마카다	4. 열기토끼 마시마로	5. 방귀대장 뽕뽕이	6. 졸라맨	7. 로봇트레인 RT
						
8. 뽕뽕뽕 뽕로로	9. 라바	10. 뿌가	11. 또봇	12. 타냥매카드	13. 꼬마버스타요	14. 로보카폴리
						
15. 냉장고나라 코코몽	16. 잠부	17. 케니멀	18. 헬로카봇	19. 출동 케이갑	20. 구름빵	21. 놀이터구조대 뽀잉
						
22. 유후와친구들	23. 두리둥실 뭉개공항	24. 브루미즈	25. 후토스	26. 빼꼼	27. 치카로카	28. 메이플 스토리
						
29. 선물공룡 디보	30. 딸기	31. 포트리스	32. 피자마 시스템즈	33. 블루베어	34. 콩콩이	35. 홀맨
						
36. 우비소년	37. 부비	38. 게으른 고양이 덩가	39. 멍크			

표 1. 분석대상 캐릭터

	ID	성별	나이	이름	시각디자인	만화애니메이션	인자가중치
제 1유형 스토리 추억형	22	남	40	백**		○	2.6713
	20	남	42	변**		○	2.1452
	19	남	55	김**		○	1.7685
	18	여	39	백**		○	0.8968
	6	여	28	박**	○		0.6361
23	남	29	고**		○	0.5824	
제 2유형 친근감 선호형	11	남	38	이**	○		2.5748
	2	여	38	이**	○		1.8267
	13	여	29	이**		○	1.3755
	15	여	51	김**		○	1.2753
	7	남	44	박**	○		1.0846
	16	여	36	강**		○	0.7538
	24	남	38	강**		○	0.6204
12	남	39	이**	○		0.4967	
제 3유형 이미지 선호형	1	여	41	강**	○		1.4087
	14	여	47	유**		○	1.3584
	21	남	45	김**		○	1.1631
	8	남	32	박**	○		1.1366
	3	여	32	최**	○		1.1121
	10	남	46	김**	○		0.9955
	9	남	40	신**	○		0.7952
	5	여	29	문**	○		0.7226
	4	여	29	김**	○		0.7205
17	여	31	박**		○	0.5583	

	소속			소속	
학교 전공	서울대학교	미술대학	디자인전공 대학원생	상명대학교	만화애니메이션학과 대학원생
표본수	12명			12명	
학력	석사과정, 석사, 박사과정, 박사			석사과정, 석사, 박사과정, 박사	
성별	남자 6명, 여자 6명			남자 6명, 여자 6명	

표 2. 설문조사 대상자 인구통계학적 특성 및 인자가중치⁵⁾

본 연구에서의 1차 자료는 주관성 연구 논문 중 『국내 캐릭터

5) 이종윤, 「국내 캐릭터를 통한 다중적 자아의 선호유형 연구」, 『주관성 연구』, 통권 제 34호 (2016), pp 51-70.

를 통한 다중적 자아의 선호유형 연구』 결과를 인용하였다. 1차 자료의 연구방법은 가치, 태도, 확신과 같은 인간의 자아가 작용하는 주관성(Subjectivity) 영역을 객관적으로 연구하기 위해서 Q방법론을 적용하였다. Q방법론은 응답자의 주관성 측정, ‘내부로부터 이해’ 하는 행위자의 관점에서 출발, 행위자의 주관성의 구조에 의해 유형을 발견하는데 연구의 목적이 있다⁶⁾.

위의 도표는 서울대학교 미술대학 디자인전공 대학원생 12명과 상명대학교 만화애니메이션학과 대학원생 12명을 대상으로 조사한 내용으로 제1유형 스토리추억형은 만화애니메이션 대학원생과 이미지 선호형은 시각디자인 대학원생들이 주를 이루어 분포하고 있다. 이는 전공별로 선호와 비 선호에 대한 이유들이 다른 것을 알 수 있다.

2차로 본 연구에서는 스토리텔링 구성요소 추구형 대상 캐릭터와 디자인 구성요소 추구형 캐릭터를 대상으로 세부적인 요소들을 정리하고 그 요소들에 해당되는 내용들을 질적 방법을 적용하여 분석하고 스토리텔링, 디자인 요소들에 있어서 이용과 충족 요인을 발견 바람직한 방안을 제시하는 데 연구의 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 용어의 개념

본 연구는 스토리측면에서 스토리텔링 측면과 디자인측면에서 색과 색채에 대해서 논의를 하고자 한다.

스토리텔링은 ‘스토리(Story)’와 ‘텔링(telling)’이 결합된 합성어이다. 이는 텍스트 중심의 ‘스토리(Story)’에서 이야기하는 현상으로 이동하면서 만들어진 말로서 상호성과 같은 동태성에 주목하는 것이다. 즉, 연구의 대상이 동태적인 ‘이야기하기(Narrating)’로 변화하는 과정에서 나온 용어이다⁷⁾

6) 김홍규, 『Q방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용』, 커뮤니케이션북스, 2008.

7) 김광욱, 「스토리텔링의 개념」, 『겨레어문학』, 통권 제 41호(1), 2008, p

디자인측면에서 색과 색채에 대한 정의를 살펴보고자 한다. 색(色)은 한자에서 빛으로 정의된다. 좁은 의미로 눈의 대상이 되는 물질의 속성인 ‘빛깔’과 형체를 말한다. 색을 이루는 빛은 반사하는 물체에 의해 색이 드러나게 된다⁸⁾. 이것은 인간이 빛으로부터 자극을 받아들여 망막과 뇌의 신경세포를 통해 빛을 지각하는 과정과 같다. 빛은 인간에 만들어지는 심리적 경험의 일부이다⁹⁾. 색채(色彩)는 색이 무늬로 형상화되거나 칠해진 것이며 색을 무늬화해서 배색해 놓은 것이다. 색채는 감성적인 느낌과 색이 인간에게 주는 느낌을 서술할 때 이용한다. 즉 색채는 인간과 관계된 현상학, 예술, 심리 영역이 포함된다¹⁰⁾.

2. 이용과 충족

캐릭터 이용자들의 캐릭터 이용동기와 만족도에 대한 연구는 캐릭터 이용과 구매의도에 주요한 요인이다. 이용과 충족이론은 새로운 미디어가 등장하는 시점에 이용자가 ‘왜 이용하는가’에 대한 이론이며 능동적인 수용자 입장에서 미디어를 어떤 의도로 이용하는지 어떤 요인에 의해서 만족하는지에 대한 이론이다¹¹⁾. 즉, 매체 이용자들은 자신의 필요, 욕구 충족을 위해 특정 콘텐츠를 선별적으로 이용함으로써 충족을 획득한다¹²⁾.

스토리텔링측면에서 살펴보자면, 캐릭터가 지니고 있는 중심 스토리의 구축이 필요하며, 콘텐츠의 구성에서 핵심 스토리(Core Story)를 뒷받침하는 배경스토리(Back Story)가 중요한 역할을 담당한다. 또한 중심 플롯과 병행하거나 엇갈리며 흥미를 더해주는 부차적 플롯(Sub Plot)이 흥미를 더해 주어야 하며, 주인공 캐릭터를 도와주는 조력 캐릭터, 주인공과 맞서는 반대 캐릭터가

262.

8) 문은배, 『색채디자인 교과서』, 안그래픽스, 2010, p16.

9) 한국색채학회, 『이제는 색이다』, 국제, 2002, p231.

10) 문은배, 『색채디자인 교과서』, 안그래픽스, 2010, p16.

11) 차배근, 『커뮤니케이션 개론(상)』, 세영사, 1988.

12) Ferguson, D. A. & Perse, E. M., 「Media and audience influences an channel repertoire」, 『Journal of Broadcasting & Electronic Media』, 37(1), pp 31 ~ 47.

있어야 흥미를 높일 수 있다¹³⁾.

디자인측면에서 살펴보자면, 초등학교 고학년들 대상 연구에서 캐릭터 디자인 요인이 높을수록 제품 인지도, 제품 선호도, 제품 신뢰도, 제품 충성도가 높은 것으로 나타났다¹⁴⁾. 아동들을 대상으로 한 캐릭터 선호도 조사에서는 여학생은 부드럽고 매끄러운 라인의 귀여운 디자인의 캐릭터에 남학생은 굵직한 외곽 라인이 선명한 디자인의 캐릭터에 호감이 높았다¹⁵⁾

저자	연구대상	내용
이성준 (2015)	카카오톡	모바일 메신저 환경에서 어떠한 요인들이 그래픽 이모티콘의 활용 정도에 영향을 미치는 지를 고찰
정보희, 이한구 (2016)	이모티콘	모바일 인스턴트 메신저인 이모티콘 구매의도에 직접적으로 영향을 미치는 요인들에 대한 연구
김아라, 한정희 (2013)	그래픽 이모티콘	모바일 인스턴트 메신저 환경에서, 그래픽 이모티콘을 중심으로 어떻게 사용자들이 자신들의 감정을 보완, 보조하기 위해 적절하게 자신이 원하는 이모티콘을 찾는지에 대한 연구
김선진 (2014)	이모티콘	이모티콘의 구성, 표현 방법을 살펴보고 감성 기호로서 이모티콘의 활용 가능성과 전략에 대한 연구
조규명, 김경숙 (2004)	이모티콘	이모티콘에 대한 조사 및 분석을 통해 기호학적 측면에서 이모티콘의 기호로서 의미작용과 역할 등을 비교 분석하여 새로운 감성기호로서 이모티콘에 대한 활용 가능성을 파악
김민태 (2013)	웹툰	웹툰의 이용동기를 정보 및 사회적 상호작용 동기, 즐거움 및 편리성 동기, 현실도피 및 긴장 해소 동기로 추출
최민음, 전범수 (2014)	웹툰	웹툰의 이용동기를 정보 및 사회적 상호작용 동기, 즐거움 및 편리성 동기, 현실도피 및 긴장 해소 동기로 추출

13) 신동희, 김희경, 「트랜스미디어 콘텐츠 연구: 스토리텔링과 개념화」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 통권 제 10호(10), 2010, p 183.

14) 김경화, 「캐릭터 디자인이 소비자 태도에 미치는 영향」, 『한국디자인포럼』, 통권 제 40호, 2016, pp 7 ~ 18.

15) 이희주, 「아동 캐릭터의 형태적 특성과 소비자 호감도의 관계성 연구」, 『조형미디어학』, 통권 제 16호(1), 2013, pp 215 ~ 224.

이정기 외(2014)	웹툰	정보추구, 오락 및 접근 용이성, 장르적 특성, 친구나 지인의 영향, 현실 도피 및 긴장 해소 동기로 추출
-------------	----	---

표 3. 이모티콘/웹툰 이용과 충족이론 연구

캐릭터 이용측면에서는 스토리텔링을 지니고 있는 캐릭터와 디자인요소에서 선호요인이 있는 경우에 이용하는 경향을 나타내었으며, 캐릭터와 유사한 이모티콘은 그래픽적 요소와감성기호로서 자신의 의미를 전달할 수 있을 때 이용하는 경향을 나타내고 있다. 웹툰은 사회적 상호작용 동기, 즐거움, 현실 도피 및 긴장 해소 동기로 이용하는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 스토리텔링의 측면에서 캐릭터(Character), 스토리 밸류(Story Value), 사건(Event), 배경 이야기(Background Story)의 요인으로 분석하고 색채 측면에서는 일본색채연구소의 색채분석표를 기준으로 캐릭터의 주요색을 요인으로 분석한다.

기존의 이용과 충족이론 연구들은 정보추구, 오락 및 접근 용이성, 사회적 상호작용 동기, 즐거움, 긴장해소 등의 유목을 기준으로 분석하였으나 본 연구에서는 캐릭터 이미지를 대상으로 캐릭터 이용자의 이용과 충족 요인을 분석하기 위하여 스토리텔링과 색채요소로 범위를 설정하여 질적연구를 하였다.

Ⅲ. 캐릭터 이용과 충족 요소분석

1. 스토리텔링 구성요소 추구형

번호	표본 (선호 캐릭터)	표준점수	번호	표본 (비 선호 캐릭터)	표준점수
2		2.01	23		-1.10
9		1.98	5		-1.16














					
10		1.69	32		-1.20
4		1.60	33		-1.24
8		1.51	27		-1.25
6		1.28	24		-1.26
31		1.04	21		-1.34
			22		-1.54

표 4. 스토리텔링 선호와 비 선호 유형 표본

본 유형은 캐릭터 사용을 스토리위주로 선택하는 것으로 나타났다. 캐릭터 이용동기에 대해서 “예전에 캐릭터가 지닌 스토리, 단순한 형태의 캐릭터에 호감을 느낀 유형이다. 선호이유는 학창시절 게임 캐릭터로 시간이 지나도 호감이 든다”, 스토리적인 측면에서 “쉽게 공감이 형성된다, 반면에 비 선호 이유로는 “캐릭터 자체의 스토리가 부족하다, 캐릭터가 친근하지 않고 접해보지 않은 캐릭터다, 캐릭터가 대중적이지 않다” 라고 언급하였다.

1) 스토리

스토리는 캐릭터를 중심으로 구성하거나 배경이야기를 중심으로 캐릭터의 스토리를 접목하여 구성한다. 스토리 전개는 상세하고 다양한 캐릭터의 제공과 캐릭터 중심으로 사건들이 연결될 때 풍부한 스토리를 구성할 수 있다.

2) 스토리텔링 구성 요소

캐릭터 스토리텔링의 구성 요소는 게임의 스토리텔링의 구성 요소 중 캐릭터, 스토리 벨류, 사건, 배경이야기 중심으로 논의하고자 한다.

○ 캐릭터(Character): 스토리를 전개하는 데 중심이 되고 캐릭터 이용자들에게 캐릭터 이용 시 만족을 줄 수 있는 요소를 지닌 인물의 가치가 필요하다.

○ 스토리 벨류(Story Value): 스토리는 이용자들의 보편적 정서에 부합하여야 한다.

○ 사건(Event): 캐릭터 이용자들은 캐릭터에서 일어나는 관심을 끌만한 극적인 사건(Event)에 관심을 가진다.

○ 배경 이야기(Background Story): 캐릭터가 탄탄한 배경이야기를 가지고 있을 경우 배경 이야기에 근거해서 전개됨으로써 보편적인 공감을 얻을 수 있다¹⁶⁾.


16) 김미진·윤서정, 「캐릭터중심 관점에서 본 게임스토리텔링 시스템」, 『한국콘텐츠학회』, 통권 제 3호(2), (2016), pp 417-419.

스토리텔링은 내용 전개에 관심을 높이고 이야기의 재미에 따른 몰입을 향상시킬 수 있다. 캐릭터의 외형적 특성, 다른 캐릭터들과의 관계, 성격 등 각각의 정체성을 갖게 된다. 캐릭터 스토리텔링은 캐릭터 외형적 특징이 이야기성과 만나 형성되는 것이며 캐릭터 자체 이야기, 사건을 구성할 수 있다¹⁷⁾.

스토리텔링의 구성요소는 캐릭터 이용자들이 느끼는 내용에 대한 생각들을 객관적인 기준을 만들어서 적용하는 데 한계가 있다. 캐릭터 이용자 개인들은 자신의 성향, 환경, 캐릭터를 접하는 횟수, 스토리를 해석하는 방법 등이 다양하기 때문이다.


3) 선호 캐릭터


선호 캐릭터 대부분은 아날로그적인 정서와 스토리를 지니고 있다. 각 캐릭터들을 분석한 결과는 다음과 같다.


캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리밸류, 사건, 배경이야기
양적으로 풍부한 캐릭터, 에피소드별 캐릭터와 풍부한 스토리 구성	 아기공룡 둘리	스토리밸류: 각각의 이야기를 가지고 있는 캐릭터들은 사건과 이야기를 만들고 다른 캐릭터들과의 관계나 환경이 변화 사건: 새로운 캐릭터들과 갈등과 대립 통한 새로운 모험 배경이야기: 판타지적 요소와 어드벤처 스토리 구성 ¹⁸⁾

17) 이영미, 「유아 교육 애니메이션의 캐릭터 스토리텔링 구조에 관한 연구: EBS 유아 교육 애니메이션을 중심으로」, 『세종대학교 대학원 박사학위 논문』, (2012), p 21.

18) 류우희·이중환, 「<아기공룡 둘리>의 스토리텔링 분석을 통한 캐릭터 비즈니스 연구」, 『한국만화애니메이션 연구』, 통권 제 38호, (2015), pp 228-229.

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
두 마리 애플레를 중심으로 펼쳐지는 에피소드를 다룬 애니메이션	 라바	스토리벨류: 주인공 애플레 레드와 옐로우 그리고 친구들의 에피소드를 3D기법의 슬랩스틱 형식으로 구성 사건: 하수구, 가정집, 뉴욕 거리 배경으로 벌어지는 모험 배경이야기: 나비 애플레 레드와 옐로우가 벌이는 좌충우돌 에피소드 ¹⁹⁾

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
디자인과 컨셉을 차별화한 10대 20대 여성층을 겨냥한 패션아이콘	 뿌까	스토리벨류: 남자친구인 가루에게 적극적으로 애정을 표시하는 주인공의 활발하고 열정적인 성격 사건: 10대 20대 여성층이 공감하는 스토리와 디자인 배경이야기: 열정적인 성격의 여주인공과 남주인공의 활발하고 열정적인 이야기 ²⁰⁾


캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
엽기적인 스토리로 구성	 엽기토끼 마시마로	스토리벨류: 인터넷 상에서 엽기적인 스토리로 구성하여 네티즌들이 선호 사건: 하얗고 동그란 귀여운 토끼가 벌이는 엽기적 행동 배경이야기: 먹을 것 때문에 눈치를 주는 곰 앞에서 머리로 맥주병을 깨는 내용, 달에서 쿵쿵 뛰다가 떨어져 계란 프라이가 되는 엽기적인 행동 배경이야기: 귀여운 이미지 토끼의 엽기적 행동 ²¹⁾

19) NAVER, www.naver.com,

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2570002&cid=43667&categoryId=43667>

20) 김영호, 「브랜드 마케팅에 있어서 캐릭터의 영향에 관하여」, 『디지털디자인학연구』, 통권 제 14호(2), (2014), p 541.

21) 홍미희, 「플래시 애니메이션의 차별성 및 성공 요인에 관한 연구」, 『한국 만화애니메이션 연구』, 통권 제 6호, (2002), p 179.

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
유아들의 발달 과정에 도움을 주는 교육적인 내용	 뽀롱뽀롱 뽀로로	스토리벨류: 타깃대상을 1차 유아, 2차 유아들 부모로 설정. 30대 주부들의 최대 화두인 감성적 소양, 인지발달에 초점 사건: 어린이들이 좋아하는 동물캐릭터를 사용한 다양한 일상생활 속의 모험 배경이야기: 보편적·교육적 이야기, 글로벌화 전략 ²²⁾


캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
강자 앞에서 약하고 약자 앞에서 강한, 그러나 사회정의를 위한다는 우스꽝스런 내용	 졸라맨	스토리벨류: 주인공이 백수면서 사랑과 정의로 똥똥 뭉친 행동이 황당하면서도 보는 사람이 대리만족을 느끼는 유쾌함 사건: 사회 정의에 맞서고 소심해지는 황당한 사건 배경이야기: 성인들이 공감하는 상황에 맞는 사회 내용

표 5. 선호 캐릭터 스토리요인

선호 캐릭터 대부분은 다양하고 소재와 주제가 많은 캐릭터들을 선호하는 것으로 나타났다. 예를 들면, 아기공룡 둘리의 판타지적 요소와 어드벤처 요소의 스토리, 라바의 애벌레 주인공이 하수구, 가정집, 뉴욕거리에서 벌이는 3D기법의 슬랩스틱 형식의 스토리, 뿌까의 10대 20대 여성을 대상으로 어필할 수 있는 적극적인 성격과 패션 아이템으로서의 요소, 엽기토끼 마사마로의 하얏고 동그란 귀여운 토끼의 엽기적인 스토리, 뽀롱뽀롱 뽀로로의 유아들 발달 과정에 도움을 주는 교육적인 내용을 글로벌화한 스토리, 졸라맨의 강자 앞에서 약하고 약자 앞에서 강한 그러나 사회정의를 위한다는 풍자적인 우스꽝스러운 스토리들로 구성되

22) 최돈일, 「한국애니메이션의 사례분석을 통한 성공전략 연구: 뽀로로, 빼꼼, 아이언키드, 선물 공룡디보를 중심으로」, 『한국컴퓨터게임학회』, 통권 제 13호, (2008), p. 93.


어 이용자들이 지루하지 않고 호기심을 갖고 이용할 수 있는 스토리로 구성이 되어 있다.

이는 캐릭터 이용자들이 캐릭터들을 통해서 현실세계에서 그려지는 일반적이고 평범한 내용이 아닌 좀 더 만화적인 내용들(판타지, 엽기, 현실 풍자 등)을 보면서 느끼고 만족하는 경향이 있는 것으로 생각된다.

대부분의 만화애니메이션 석사, 박사 학생들은 좀 더 다양하고 지루하지 않고 소재가 끊임없이 개발되는 판타지, 엽기, 현실 풍자 등의 요인에 흥미를 느끼고 선호도를 나타내고 있는 것으로 나타났다.


4) 비 선호 캐릭터


비 선호 캐릭터 대부분은 패션 아이템, 완구 아이템, 유아용 교육 애니메이션에 등장하는 캐릭터로 단순한 스토리를 지니고 있다. 각 캐릭터들을 분석한 결과는 다음과 같다.


캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
경비행기 '윙키'가 더 넓은 세상을 경험하는 스토리	 두리둥실 뭉개공항	스토리벨류: 비행기와 공항의 모험이야기 사건: 자신의 꿈을 위해서라면 도전하는, 세계일주 꿈을 가진 당찬 소형비행기 배경이야기: 세계일주의 꿈을 향해 한걸음 더 다가가게 되는 윙키의 이야기와 아직 못 다한 비행기와 공항의 이야기 ²³⁾


캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
어린이에게 유익한 주제를 뽕뽕이와 짜잔형이 풀어어나가는 스토리	 방귀대장 뽕뽕이	스토리벨류: 주인공 뽕뽕이의 방귀의 여러 가지 효력 사건: 매 회마다 어린이에게 유익한 하나의 주제를 뽕뽕이와 짜잔형이 설명해주며 참가하는 아이들과 함께 놀이로 풀어가는 형식 배경이야기: 어린이교육 방송프로그램 ²⁴⁾

23) <http://www.kbs.co.kr/ltv/enter/airportdiary3/about/cast/index.html>

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리밸류, 사건, 배경이야기
내성적이고 게으른 세 자매의 여유로운 일상 생활을 다룬 스토리	 파자마 시스터즈	스토리밸류: 플래시 게임 캐릭터 사건: 내성적이고 게으른 세 자매의 여유로운 일상 생활 배경이야기: 1분 안에 잠드는 큰언니, 만화책을 좋아하는 둘째 언니, 내성적이고 겁 많은 막내의 이야기 ²⁴⁾

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리밸류, 사건, 배경이야기
어린이 완구 캐릭터	 블루베어	스토리밸류: 완구류 캐릭터 사건: 세계 여행을 하면서 만나는 다양한 인물 배경이야기: 블루베어가 한 살 되던 해에 180일 간의 기구 여행을 여행가 윌리엄 아저씨와 토끼 토디와 세계 여행 ²⁵⁾

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리밸류, 사건, 배경이야기
패션 아이템 캐릭터	 치카로카	스토리밸류: 메이크업과 인종에 따라 다른 인물로 표현 사건: 거침없고 도도한 이미지의 여성 배경이야기: 이국적 외모, 피부, 머리색 메이크업, 옷차림에 따라 변함 ²⁶⁾

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리밸류, 사건, 배경이야기
동물과 다양한 자동차의 특징을 결합	 부르미즈	스토리밸류: 동물과 교통수단을 혼합 사건: 주연 5인방이 몰려다니면서 일어나 사건을 접하고, 창의적으로 해결 배경이야기: 일반인 또는 어린이로써 일상에서 맞닥뜨릴 수 있는 일들을 해결 ²⁷⁾

24) <https://ko.wikipedia.org>


25) <http://m.blog.naver.com/ahn3607/199209499>

26)

http://www.morningglory.co.kr/character/park/bluebear/bluebear.asp?char_no=1

27) <http://topclass.chosun.com/board/view.asp?catecode=K&tnu=200808100007>

28) <https://namu.wiki.org>

캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
‘놀이기구’로 변신하는 주인공이 등장 어린이 애니메이션	 놀이기구조대 뽀잉	스토리벨류: 놀이터 기구의 변신 사건: 삼총사 구조대원 ‘뽀잉, 빙빙, 몽바’가 놀이기구로 변신 사건을 해결 배경이야기: 삼총사 구조대원의 놀이기구 변신하여 사건 해결하는 내용 ²⁹⁾


캐릭터 대표스토리	대상 캐릭터	스토리벨류, 사건, 배경이야기
순수한 땅그리넛의 신비한 샘물 지키는 모험물	 유후와 친구들	스토리벨류: 희귀 생물과 다중지능 이론 사건: 유후와 친구들이 세계 곳곳을 여행하며 친구들을 돕고 그린씨앗을 모음 배경이야기: 지구의 환경오염으로 인하여 시들어 가는 그리넛 생명의 나무 구함 ³⁰⁾

표 6. 비 선호 캐릭터 스토리요인³¹⁾

비 선호 캐릭터 대부분은 패션, 완구, 플래시, 유아용 애니메이션 프로그램에 등장하는 주인공들로서 단순한 유아 교육용, 패션이나 완구가 주요요소로서 캐릭터의 다양한 스토리텔링의 개발이 이루어지지 않은 캐릭터들로 구성이 되어 있는 것으로 나타났다.

이는 캐릭터 이용자들이 너무 단순한 내용, 스토리가 없는 캐릭터들에 대해서는 흥미를 느끼지 못하며 현실세계에서 흔히 볼 수 있는 단순한 교훈적인 내용의 캐릭터들에는 흥미를 느끼지 못하고 이용하는 데 있어서도 만족을 못하는 것이라고 생각된다.

대부분의 만화애니메이션 석사, 박사 학생들은 하나하나의 캐릭터들이 지니고 있는 스토리가 단순할 경우 캐릭터 이용 가치가 낮고 이용하는 데 불만족한 것으로 나타났다. 이는 소재의 고갈과 연속적으로 내용을 전개해 나갈 수 있는 부분이 부족한 것으로 판단하여 비 선호 캐릭터로 분류한 것이라 생각한다.

29) <http://home.ebs.co.kr/boing/etc/3/htmlMenu>

30) <https://ko.wikipedia.org>

31) NAVER, www.naver.com,














번호	표본 (선호 캐릭터)	표준점수	번호	표본 (비 선호 캐릭터)	표준점수
4		1.73	12		-1.30
8		1.67	1		-1.43
9		1.52	7		-1.57
2		1.30	27		-1.64
10		1.15	11		-1.76
13		1.14	18		-1.83
			19		-2.25

표 7. 이미지 선호와 비 선호 유형 표본

2. 디자인 구성요소 추구형

표7의 이미지 선호와 비 선호 유형 표본은 이종윤 논문인 「국내 캐릭터를 통한 다중적 자아의 선호유형 연구」에서 인용한 결과이다. 서울대학교 미술대학 디자인전공 대학원생 12명과 상명대학교 만화애니메이션학과 대학원생 12명을 표본으로 하여 Q방법론을 이용하여 연구한 결과이다.

위와 같은 연구를 통하여 나온 유형은 표7과 같으며 본 유형은 캐릭터 사용에 디자인요소 중 색에 의해서 선택하는 것으로 나타났다. 캐릭터 이용동기에 대해서 “귀엽고, 푸근하고, 성격이 확실한 독특한 이미지, 2D의 정적이고 따뜻한 느낌, 형태, 표정의 완성도가 높고 개성이 분명하며 색채톤이 명확, 형태가 안정적이고 컬러 배색이 좋고 형태가 대칭적으로 안정, 색채의 아이덴티티의 명확함과 입체적 표현이 세련” 되었다. 반면에 비 선호 이유로는 “색상이 흐리거나 촌스럽다, 로봇 캐릭터는 과도한 색채, 조잡하고 복잡한 형태, 색, 형태 등의 디자인 요소가 조잡, 디자인 요소가 부족 상품개발에 한계가 있다” 라고 언급하였다.

1) 색채

색채는 캐릭터 디자인의 성격을 나타내는 데 주요한 부분이다. 캐릭터의 색채를 통해서 캐릭터의 성격과 심리를 나타낸다. 또한 색채는 형태나 패턴, 재질 등이 공존하면서 총체적으로 느껴지는 감정이며 심리적인 측면인 환경과 경험적인 요소가 강하게 작용한다³²⁾. 색채는 성격을 가지고 있으며 이러한 색채의 성격은 캐릭터와 스토리와 어우러져 이를 극대화한다.

2) 색채의 상징

색채의 심리적 의미는 색채가 지닌 정서적·내포적 의미를 나

32) 김혜성, 「조형성의 시각인지요소를 통한 캐릭터 분석 - 3D 애니메이션 <인사이드 아웃>와 <미니언즈>의 캐릭터를 중심으로 -」, 『만화애니메이션연구』, 통권 제 42호 (2016), p 67.

타내며 색채 기호나 연상을 통해 표현된다. 본 연구에서는 국내 캐릭터의 색채에 대해 색의 상징(color symbolism)을 기준으로 분석하고자 한다. ‘상징’이란 눈에 보이지 않는 추상적인 개념, 사상, 형태, 색을 가진 것으로 직감적으로 이해하기 쉽도록 표현한 것이다. 색의 상징은 공통적으로 연상하는 이미지가 어느 특징적인 의미를 나타내고 사회에서 일반화되면 색의 상징(color symbolism)이 된다.³³⁾ 본 연구에서는 일본색채 연구소의 색의 상징표를 통해 국내 캐릭터 색채의 상징을 분석하고자 한다.


색상	빨강	노랑	초록	파랑	보라	하양	검정
연상어	정열	명량	상쾌	정숙	고상	청결	불안
	위험	가벼움	신선	차가움	우아	공허	죽음
	흥분	약동	평온	시원	매력	가능성	음산한
	더운	한가로움	안식	해방감	불량	가벼운	힘
	분노	불안	안전	정신	화려	진리	악
	폭발	느슨한	행복	지성	여성적	허탈감	무거운
	압력	긴장	풍요	깊이	촌스런	결벽	고독
	사랑	위험	생명력	청결	자부심	순결	침묵
	활동적	경솔	건강	슬픔	고독	밝은	어두움
	생명	부드러운	산뜻한	평화	복잡	차가운	쑥쑥
	용기	유쾌	자연	기분좋은	불안	화려한	자신
	기쁨	초조	평온	안식	기품	새로움	남성적
	싸움	발전	미숙	온화	염원	위엄	극한
	잔혹	사랑	청력	안락	신비	방심	절대적
	유혹	연약	정적	냉혹	호화	매정한	절망
	격렬	활발	침착	우울	무드	냉담	냉혹
	적극		아름	섬세	고급	무한	허무
애정				숭고	무의미	업속	


표 8. 색의 상징표 (일본색채 연구소)


33) 윤혜림, 『색채심리 마케팅과 배색이론』, 국제, 2008, p10.


3) 선호 캐릭터


선호 캐릭터 대부분은 주요색과 그 색을 보조해 주는 색으로 단순하게 구성되어 있다. 명확한 색채톤과 아이덴티티를 지닌 색상, 안정적인 컬러 배색 등의 특징으로 선호하는 것이라고 볼 수 있으며, 각 캐릭터들을 분석한 결과는 다음과 같다.

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	일본색채연구소의 색채분석
흰색 (White)	 엽기토끼 마시마로	흰색: 청결, 가능성, 가벼운, 순결, 밝은, 화려한, 새로움

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	일본색채연구소의 색채분석
노란색 (Yellow) 파란색 (Blue) 흰색 (White)	 뽀롱뽀롱 뽀로로	노란색: 명랑, 약동, 부드러운, 유쾌, 사랑스러운, 활발 파란색: 해방감, 청결, 평화, 기분좋은, 안식, 온화 흰색: 청결, 가능성, 가벼운, 순결, 밝은, 화려한, 새로움

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	일본색채연구소의 색채분석
노란색 (Yellow) 붉은색 (Red)	 라바	노란색: 명랑, 약동, 부드러운, 유쾌, 사랑스러운, 활발 붉은색: 정열, 사랑, 활동적, 생명, 용기, 기쁨, 적극, 애정

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	일본색채연구소의 색채분석
초록색 (Green)	 아기공룡 둘리	초록색: 상쾌, 신선, 평온, 안식, 안전, 행복, 풍요 생명력, 건강, 산뜻한, 자연, 평온, 침착, 아름다움

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	일본색채연구소의 색채분석
검은색 (Black) 붉은색 (Red)	 뿌까	검은색: 자신, 남성적, 절대적 붉은색: 정열, 사랑, 활동적, 생명, 용기, 기쁨, 적극, 애정


캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	일본색채연구소의 색채분석
파란색 (Blue) 흰색 (White)	 꼬마버스 타요	파란색: 해방감, 청결, 평화, 기분좋은, 안식, 온화 흰색: 청결, 가능성, 가벼운, 순결, 밝은, 화려한, 새로움

표 9. 선호 캐릭터 색채요인

선호 캐릭터의 색채는 주요색의 대부분이 흰색, 노란색, 붉은색, 초록색의 난색 계열과, 파란색(한색)으로 구성되어 있다. 이들 색들은 따뜻함, 여유로움, 감성적, 적극적인 긍정적인 느낌을 줄 수 있는 색으로 구성되어 있다.

선호 캐릭터의 색채는 주요색이 한, 두 가지로 비교적 단순하게 구성되어 있으며, 그 색상 또한 명도와 채도가 높은 맑은 색으로 구성되어 있다. 따라서 대표 색상을 보는 것만으로도 그 캐릭터가 쉽게 떠오를 수 있어 친근한 느낌을 받게 된다. 예를 들면, 돌리를 구성하는 주조색인 특정한 녹색(R87 G179 B71)을 본다면 자연스레 돌리를 떠올릴 수 있다.

대부분의 시각디자인 석사, 박사 학생들은 단순한 주조색의 분포, 친근한 난색 계열의 캐릭터 색 구성 등의 요인에 흥미가 높고 이용 시 만족을 느끼는 것으로 나타났다.

선호 캐릭터들의 색채 분포도는 아래와 같다. 이는 캐릭터를 표현하는 매체들이 발달하여 캐릭터 본래의 색상을 재현하는 방법들도 발달하고 그 미디어들을 통해서 캐릭터의 색상을 보는 캐릭터 이용자들이 캐릭터 이용에 만족을 느끼는 것으로 생각된다.

선호 캐릭터 색채 분포도	대상 캐릭터
	① 엽기토키 마시마로
	② 뽀롱뽀롱 뽀로로
	③ 라마
	④ 아기공룡 둘리
	⑤ 뿌까
	⑥ 꼬마버스 타요

표 10. 선호 캐릭터 색채 분포도

4) 비 선호 캐릭터

비 선호 캐릭터들은 ‘합체 조립 로봇 “들로 다양한 기능을 가진 분리된 로봇의 부분들이 하나의 로봇으로 합체 되어서 다양한 색으로 구성되어 색상이 조화를 이루지 못한 복잡한 색상을 나타내고 있다. 각 캐릭터들을 분석한 결과는 다음과 같다.

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	캐릭터 대표색상	대상 캐릭터
보라색 노란색 붉은색 흰색 검은색	 터닝메카드	노란색 붉은색 흰색 살구색 파란색 검은색	 어리 이야기

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	캐릭터 대표색상	대상 캐릭터
군청색 흰색 노란색 검은색 회색	 로봇 트레인 RT	검은색 분홍색 살구색 붉은색 흰색	 치카로카

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	캐릭터 대표색상	대상 캐릭터
오렌지색 검은색 흰색 하늘색 노란색	 또봇	파란색 흰색 검은색 붉은색 하늘색	 헬로카봇

캐릭터 대표색상	대상 캐릭터	캐릭터 대표색상	대상 캐릭터
노란색 파란색 붉은색 흰색	 출동케이캡		

표 11. 비 선호 캐릭터 색채요인

비 선호 캐릭터의 색채는 주요색이 없으며 캐릭터별 4개 이상의 색들이 조합이 되어 있어 복잡한 느낌을 주는 색채로 구성되어 있다. 비 선호 캐릭터들의 색채 분포도는 아래와 같다. 하나의 캐릭터 안에 표현되는 색채들의 통일성도 부족하고 대체적으로 어둡고 여러 가지 색채들이 조합되어서 캐릭터 이용자들이 지저분하고 어두운 느낌들을 받게 되어 캐릭터 이용에 불만족인 반응을 나타내는 것으로 생각된다.

대부분의 시각디자인 석사, 박사 학생들은 하나하나의 캐릭터들이 지니고 있는 색채들이 어두운 색으로 복잡하게 구성되어 있을 경우 캐릭터 이용 가치가 낮고 캐릭터를 이용하는 데 불만

족한 것으로 나타났다. 이는 대부분의 캐릭터들이 처음부터 색채 디자인 위주로 구성이 된 캐릭터가 아닌 조립로봇제품 위주의 캐릭터이기 때문에 색채 구성이 조화롭게 구성이 되지 않은 것으로 판단하여 비 선호 캐릭터로 분류한 것이라 생각한다.

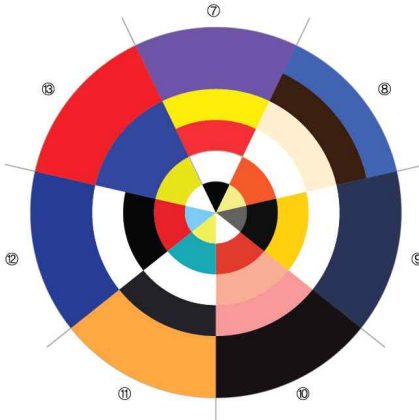
비 선호 캐릭터 색채 분포도	대상 캐릭터
	⑦ 터닝메카드
	⑧ 어리 이야기
	⑨ 로봇 트레인 RT
	⑩ 치카로카
	⑪ 또봇
	⑫ 헬로카봇
	⑬ 출동케이캡

표 12. 비 선호 캐릭터 색채 분포도

IV. 결론

본 연구에서는 국내 캐릭터의 이용과 충족 요인에 대해서 스토리텔링과 색채 요인들을 찾는 데서 부터 출발하였다. 캐릭터를 이용할 때 스토리텔링 측면에서 이용 이유가 어떠한 요인들로 나타나는지에 대해서 알아본 것이다. 즉 이들이 캐릭터 이용동기, 만족 등에 대한 요인들을 Q방법론을 통해 제시된 결과들을 바탕으로 연구하였다. 캐릭터 선호요인과 비 선호요인의 결과에 대해서 스토리텔링과 색채 요인에서 4개의 내용을 발견하였다.

스토리텔링 선호요인은 다양한 소재와 주제가 많은 캐릭터들을 선호하는 것으로 나타났다. 아기공룡 둘리(판타지적, 어드벤처

요소), 라바 (애벌레 주인공의 하수구, 가정집, 뉴욕거리에서 벌어지는 3D기법의 슬랩스틱 요소), 뿌까 (적극적인 애정 표현의 여주인공), 엽기토끼 마사마로(하얗고 동그란 귀여운 토끼의 엽기적인 스토리), 뽀롱뽀롱 뽀로로(유아들 발달 과정에 도움을 주는 교육적인 내용), 줄라맨(강자 앞에서 약하고 약자 앞에서 강한 그러나 사회정의를 위한다는 풍자 스토리)등은 지루하지 않고 호기심을 갖고 이용할 수 있는 스토리로 구성이 되어 있다. 캐릭터 이용자들은 캐릭터들을 통해서 좀 더 만화적인 내용들(판타지, 엽기, 현실 풍자 등)을 보면서 느끼고 만족하는 경향이 있는 것으로 생각된다.

반면에 스토리텔링 비 선호요인은 패션, 완구, 플래시, 유아용 애니메이션 프로그램에 등장하는 주인공들로서 단순한 유아 교육용, 패션이나 완구가 주요소로서 단순한 스토리를 지니고 있다. 캐릭터 이용자들은 너무 단순한 내용, 스토리가 없는 캐릭터, 현실세계에서 흔히 볼 수 있는 단순한 교훈적인 내용의 캐릭터들에 흥미를 느끼지 못하는 것이라고 생각된다.

색채 선호요인은 주요색과 그 색을 보조해 주는 색으로 단순하게 구성되어 있기 때문에 명확한 색채톤, 명확한 아이덴티티를 지닌 색상, 안정적인 컬러 배색 등의 특징을 나타내고 있다. 색채는 주요색이 흰색, 노란색, 붉은색, 초록색, 파란색으로 구성되어 난색 계열로 따뜻함, 여유로움, 감성적, 적극적, 긍정적인 느낌을 줄 수 있는 색으로 구성되어 있다.

색채 비 선호 요인은 ‘합체 조립 로봇’ 들로 다양한 기능을 가진 분리된 로봇의 부분들이 하나의 로봇으로 합체되어서 다양한 색을 나타내고 있다. 색채는 주요색이 없으며 캐릭터별 4개 이상의 색들이 조합이 되어 있어 복잡한 느낌을 주는 색채로 구성되어 있다. 하나의 캐릭터 안에 표현되는 색채들의 통일성 부족, 어두운 여러 가지 색채들의 조합으로 캐릭터 이용자들이 지저분하고 어두운 느낌들을 받는 것으로 생각된다.

결론적으로 캐릭터는 소재와 주제가 계속적으로 나올 수 있는 스토리텔링과 이용자들이 호기심을 가지고 계속 이용할 수 있는

모험, 판타지, 황당하고 익살스러운 스토리 전개를 통해 OSMU(One-Source Multi use)의 콘텐츠로 변화 발전시킬 필요가 있다. 색채 측면에서는 이용자들이 선호하는 단순하고 심플한 난색의 따뜻하고 귀여운 느낌의 색채로 구성할 필요가 있다. 현재 발매되는 조립로봇완구 캐릭터들의 색상도 단순한 색상으로 구성하여 캐릭터 이용자들의 만족도를 향상 시킬 필요가 있다.

선호 및 비 선호 캐릭터 색채 분포도 비교	대상 캐릭터	
	선호 캐릭터	비 선호 캐릭터
	① 엽기토끼 마시마로	⑦터닝메카드
	② 뽀롱뽀롱 뽀로로	⑧어리이야기
	③ 라바	⑨ 로봇 트레인 RT
	④ 아기공룡 둘리	⑩ 치카로카
	⑤ 뿌까	⑪ 또봇
	⑥ 꼬마버스 타요	⑫ 헬로카봇
		⑬출동케이갑

표 13. 선호 및 비 선호 캐릭터 색채 분포도 비교

본 논문은 국내캐릭터와 관련한 스토리텔링과 색채 연구의 시작에 불과하다. 앞으로 좀 더 구체적인 스토리텔링 분석틀과 색채 분석틀을 가지고 분석할 필요가 있다. 국내 캐릭터에 대한 스토리텔링적인 측면과 색채적인 측면에서 이론적 측면과 산업적인

측면에 대한 논의가 있었음에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 첫째, 스토리텔링 측면에 대한 분석 요소들과 내용들에 대한 깊이 있는 논의가 미흡하였다. 둘째, 색채 분석에 대한 정확한 데이터분석과 제시가 부족하였다. 예를 들면, 뽀로로 같은 경우 기본 색채와 다른 색채로 표현될 때 다른 분석이 필요함에도 이에 대한 연구에 한계가 있었다. 마지막으로, 캐릭터 샘플을 정할 때 하나의 캐릭터만을 가지고 조사를 하여 하나의 캐릭터 가족이나 친구 형태로 등장하는 캐릭터에 대한 조사가 이루어지지 못하였다. 앞으로의 연구에서는 캐릭터에 대한 스토리텔링의 요소에 대한 연구와 색채에 대한 정확한 데이터 분석을 바탕으로 이용과 충족 요인에 대한 제시가 필요할 것이다.

참고문헌

- 김홍규, 『Q방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용』, 커뮤니케이션 북스, 2008.
- 김효일, 『디지털 + 영상 + 색채』, 한국학술정보, 2006.
- 마르틴 졸리, 김동윤 역, 『영상 이미지 읽기』, 문예출판사, 1999.
- 문은배, 『색채디자인 교과서』, 안그라픽스, 2010.
- 윤민희, 『새로운 조형예술의 이해』, 예경, 2008.
- 윤혜림, 『색채심리 마케팅과 배색이론』, 국제, 2008.
- 조영제 · 권명광 · 안상수 · 이순종, 『디자인사전』, 안그라픽스, 2000.
- 차배근, 『커뮤니케이션학 개론(상)』, 세영사, 1988.
- 한석우, 『입체조형 이론과 실제』, 미진사, 1991.
- 한국색채학회, 『이제는 색이다』, 국제, 2002.
- 김경화, 「캐릭터 디자인이 소비자 태도에 미치는 영향」, 『한국디자인 포럼』, 통권 40호(2013), pp.7-18.
- 김미진, 윤서정, 「캐릭터중심 관점에서 본 게임스토리텔링 시스템」, 『한국콘텐츠학회』, 통권 3호(2), (2016), pp.416-422.
- 김선진, 「모바일 메신저의 이모티콘 특성에 관한 연구 - 국내, 해외 대표 앱(카카오톡, 라인, 페이스북, 왓츠앱)을 중심으로」, 『디지털디자인학연구』, (2014)

- 김아라, 한정희, 「모바일 인스턴트 메신저의 “이모티콘” 찾기에 관한 연구」, 『HCI2013』, (2013)
- 김영호, 「브랜드 마케팅에 있어서 캐릭터의 영향에 관하여」, 『디지털 디자인학연구』, 통권 14호(2) (2014), pp 533-543.
- 김혜성, 「조형성의 시각인지요소를 통한 캐릭터 분석 - 3D 애니메이션 <인사이드 아웃>와 <미니언즈>의 캐릭터를 중심으로 -」, 『만화에 애니메이션연구』, 통권 42호(2016), pp.53-79.
- 류우희, 이종한, 「<아기공룡 둘리>의 스토리텔링 분석을 통한 캐릭터 비즈니스 연구」, 『만화에 애니메이션연구』, 통권 38호(2015), pp.217-236.
- 신동희, 김희경 「트랜스미디어 콘텐츠 연구: 스토리텔링과 개념화」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 통권 10(10) (2010), pp.180-189.
- 이성준, 「성격 특성과 이용 동기가 모바일 메신저 그래픽 이모티콘 활용에 미치는 영향 - 카카오톡 사례를 중심으로」, 『한국콘텐츠논문지』, (2015)
- 이정기, 이유진, 김병규, 김보미, 최선률, 구자영, 바냐콜레바 「웹툰 이용동기와 계획행동이론 변인이 웹툰 관련 행동의도에 미치는 영향: 영화관람, 유료 콘텐츠 전환시 이용, 캐릭터 상품 구매 의도의 비교」, 『커뮤니케이션학 연구』, 통권 22호(2) (2014), pp.89-121.
- 이종윤, 「국내 캐릭터를 통한 다중적 자아의 선호유형 연구」, 『주관성 연구』, 통권 34호(2016), pp.51-70.
- 이희주, 「아동 캐릭터의 형태적 특성과 소비자 호감도의 관계성 연구」, 『조형미디어학』, 통권 16(1)(2013), pp.215-224.
- 조규명, 김경숙, 「디지털 커뮤니케이션 환경에서 감성기호로서 이모티콘에 관한 연구」, 『디자인학연구』, (2014)
- 조인희, 윤여광, 「미국,일본의 캐릭터 산업 비교분석을 통한 한국 캐릭터 산업의 발전 방안 연구」, 『한국엔터테인먼트산업학회논문지』, 통권 8호(2), (2014), pp.1-8.
- 최민음, 전범수, 「웹툰 이용 동기 및 구성 요소가 이용 만족도에 미치는 영향」, 『방송문화연구』, 통권 26호(2) (2014).
- 홍미희, 「플래시 애니메이션의 차별성 및 성공 요인에 관한 연구 - 기존 애니메이션과의 차별성을 중심으로」, 『만화에 애니메이션연구』, 통권 6호(2002), pp.172-190.

- 김민태, 「웹툰의 이용동기 및 효과: 출판만화와의 비교를 중심으로」, 성균관대학교 대학원 석사학위논문 (2013).
- 이영미, 「유아 교육 애니메이션의 캐릭터 스토리텔링 구조에 관한 연구: EBS 유아 교육 애니메이션을 중심으로」, 세종대학교 대학원 박사학위논문 (2012).
- 한국콘텐츠진흥원, “2015 캐릭터산업백서”, 『문화체육관광부』, 2015.
- W. 칸딘스키, 차봉희 옮김, 『점·선·면 회화적인 요소의 분석을 위하여』, 열화당, 2000.
- Ferguson, D. A. & Perse, E. M, “Media and audience influences an channel repertoire”, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.37(1)(1993), pp.31-47.
- NAVER, [www.naver.com](http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2570002&cid=43667&categoryId=43667),
<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2570002&cid=43667&categoryId=43667> 2017.02.10.자 인터넷 자료 확인

ABSTRACT

Analysis of use and satisfaction factors through Domestic Character Preference Survey - Focused on Storytelling and Design -

Lee, Jong-yoon, Eune, Ju-hyun

Character conveys rich storytelling and various design elements. Domestic characters are changing and developing in various forms through SNS and offline sources, which are being developed in the aspect of contents industry. The purpose of this study is to find out and discuss the factors that character users are using Korean characters as storytelling and color factor. In terms of storytelling, they prefer adventure, fantasy, absurd and humorous stories. In terms of color, it seems that they prefer a character with simple and simple color/ warm color and warm / cute color composition. On the other hand, characters with a simple story, which is the main subject of early childhood education, fashion, or toys in the aspect of storytelling, are not preferred. In terms of color, it was shown that 4 or more colors were combined without a main color. These main colorless characters gave complex feelings that are not preferred.

In terms of storytelling, it is necessary to develop and develop the contents of OSMU(One-source Multi use) through story development with adventure and fantasy structure. In terms of color, it is necessary to configure the user with a simple and simple color which is preferred by the users. Also, the assembly robot toy character needs to increase the satisfaction of the character through simple color composition.

As a result of this study, the factors that satisfy the users in terms of storytelling and color are derived. These results will contribute to the development of theoretical aspects, storytelling aspects, and character design industry aspects. Despite the significance of the above paper, it was inevitable to limit the research on the analysis of the storytelling of specific characters, the research through the color analysis framework, the accurate data analysis on the color analysis, and the simple comparative analysis of one.

Key Word : Domestic Character, Storytelling, Color, Use & Satisfaction, Character design, Color Symbol

이중윤

상명대학교 사진영상콘텐츠학과 교수
(100-250) 충남 천안시 동남구 상명대길 31 청록관 208호
Tel : 041-550-5486
jongyoonlee1@smu.ac.kr

윤주현

서울대학교 미술대학 디자인학부 교수
(100-250) 서울시 관악구 대학동 1 서울대학교 미술대학 49동 201호
Tel : 02-880-7518
jheune@snu.ac.kr

논문투고일 : 2017.05.01.

심사종료일 : 2017.05.31.

게재확정일 : 2017.05.31.