

한국적 감수성과 표상을 반영한 지역 상징 캐릭터 개발

- 서울 상징캐릭터 해치 사례를 중심으로 -

Development of symbolic local characters with Korean sentiment and emblem

- Focusing on the process of developing Seoul's symbolic character, "Hatch" -

조 용 진

국민대학교 테크노디자인전문대학원 시각디자인과

Cho yong-jin

Visual Communication Design, Kookmin University

1. 서론

- 1-1. 연구 배경과 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터

- 2-1. 한국적 감수성 및 표상의 특징
- 2-2. 대중문화 콘텐츠로서 지역 상징 캐릭터의 매체적 특징
- 2-3. 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터 사이의 연관성
- 2-4. 한국적 감수성 및 표상을 나타내기 위한 캐릭터의 표현 방향

3. 사례 연구 : 서울 상징캐릭터 ‘해치’

- 3-1. 서울 상징캐릭터 해치 개발 개요
- 3-2. 해치의 전통적인 의미와 가치
- 3-3. 해치 캐릭터 개발 과정
- 3-4. 해치 캐릭터 개발 결과물

4. 결론

참고문헌

논문요약

1990년대 후반 지방자치시대가 시작된 이후 현재 까지, 대다수의 지방자치단체(이하 지자체)들은 저마다 고유한 지역적 특성을 바탕으로 한 아이덴티티 디자인 개발을 통해 경쟁력을 높이고자 노력해 왔다. 이는 지역 간, 도시 간 경쟁이 가속화 되고 있는 시대적 흐름 속에서 각 지자체들이 타 지역과 차별화된 아이덴티티 확립과 매력적인 이미지 구축을 무엇보다 중요한 문제로 받아들여 왔음을 반증하고 있다.

특히 세계적인 문화경쟁 시대에서 대부분의 지자체들이 지역 브랜드 및 아이덴티티 디자인 도입을 가속화하고 있으며, 그 결과로 많은 수의 지자체 상징캐릭터가 개발 및 활용되고 있다. 이는 친근한 이미지를 바탕으로 공감과 커뮤니케이션이 용이한 캐릭터의 매체적 특징을 적극적으로 활용하려는 지자체의 전략과 의지가 반영된 것이라고 볼 수 있다. 그러나 많은 지자체 캐릭터가 그 지역의 특징을 차별화된 이미지로 표출하고, 장기적으로 지역민의 사랑을 받으므로써 지역 브랜드로서의 가치를 인정받은 사례는 많지 않다.

지역의 상징 캐릭터가 생명력을 얻기 위해서는 가장 먼저 지역민들과의 소통을 통해 그들의 사랑과 지

지를 받는 것이 중요하다. 이를 통해 캐릭터는 대중들 사이에서 살아있는 존재로서 생명력을 얻게 되고 지역을 대표하는 상징으로서 자리 잡을 수 있으며 나아가 글로벌 경쟁력을 갖춘 문화 콘텐츠로 성장할 수 있기 때문이다. 그러기 위해서 지역민과 지역문화가 지닌 특징적인 한국적 감수성과 표상이 드러나 있는 친근한 캐릭터 개발이 필요하다고 볼 수 있다.

본 논문은, 한국 전통 문화 속에서 나타난 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터의 매체적, 문화적 특징을 분석하여 이 둘 사이의 연관성을 탐구함으로써 보다 경쟁력 있는 지자체 캐릭터 개발을 위한 방향성에 대해 모색해 보고자 한다. 이를 위해 서울시 상징캐릭터 ‘해치’의 개발 과정에 대한 탐구를 통해 그 방향성을 구체적으로 살펴보고자 한다.

주제어

한국적 감수성 및 표상, 캐릭터 디자인, 지방자치단체

Abstract

Up until now since late 1990s, when the era of local governments began, many of them have tried to gain competitive advantage by creating identity design development which is based on each region's distinctive local features.

That indicates that they have taken it as one of the most important issues that each local government should make differentiated identity establishment and attractive image creation with the change of the times of more fierce rivalry among regions and cities.

Especially, most local governments speed up introducing local brand and making identical design when the world is competing for cultural dominance which resulted in a great deal of local character development and its application.

That is reflective of local governments' strategy and commitment in order to actively utilize the characters as the special media which are easy to empathize and communicate with based on friendly images. However, there are not many examples showing that local governments' characters express their differentiated unique images and be recognized with its worth as a local brand by receiving local people's affection in the long run.

Above all, it is important for the local characters to win local people's affection and support to last its vitality through communicating with local people.

By doing this, characters could have life force as living existence throughout the public and become representative local emblem, growing as cultural contents equipped with global competitiveness.

In order to get the outcome, it is necessary to develop distinctively stereotyped friendly characters representing local people and their culture with Korean sentiment and emblem.

This thesis is to find a way to develop more competitive local characters through analyzing Korean sentiment and emblem shown as in traditional Korean culture passed down with its focus on public culture and traditional cultural characters as media features and researching its links between them.

To achieve this, it intends to propose the specific direction by researching the process of development on Seoul's symbolic character, "Hatch".

Keyword

Symbolic Local Character with Korea, Character Design, Local Government

1. 서론

1.1. 연구 배경과 목적

1995년 지방자치시대가 시작된 이후로 각 지방자치단체(이하 지자체)들은 저마다 지역의 자생력을 높이고 경쟁력을 강화하기 위해 노력해왔다. 특히 지역 간 경쟁이 심화 되고 지방재정 자립을 위한 노력이 요구되는 시대적 흐름 속에서 각 지자체는 타 지역과 차별화된 아이덴티티 확립과 매력적인 지역 이미지 구축을 통한 지역 경쟁력 확보에 많은 노력을 기울이게 되었다. 이러한 이유로 현재 대부분의 지자체들이 지역 브랜드 및 아이덴티티 디자인을 도입하고 있으며, 지역의 상징으로서 많은 수의 지자체 캐릭터가 개발되어 활용되고 있다.

박영송(2010)의 '지방자치단체 캐릭터의 적용과 활성화에 관한 연구'에서 전국 지자체의 캐릭터 도입 현황을 살펴보면 총 232개 기초자치단체 중 201곳이, 그리고 16개 광역자치단체 모두가 캐릭터를 개발하여 활용하고 있는 것으로 나타났다. 전체 지자체 중 87.5%에 해당하는 높은 수치이다. 이러한 양상은

지방자치시대 이후로 변화되고 있는 지자체의 역할과, 대외적 환경 변화에 대처하기에 캐릭터의 전략적 활용도가 높기 때문으로 볼 수 있다. 캐릭터는 대중들에게 친근한 이미지를 바탕으로 한 공감과 커뮤니케이션이 가능한 장점을 지니고 있는 매체이며, 이러한 캐릭터의 매체적 특징은 지자체의 공공 서비스에 대한 긍정적 이미지를 대중과 가까이에서 친숙하게 전달할 수 있도록 도움을 준다.

그러나 현재 많은 수의 지자체 캐릭터가 지역민의 사랑을 받지 못함으로써 지역 브랜드로서의 가치를 인정받지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 문제점은 각 지자체의 캐릭터가 지역이 지닌 특징적 가치와 지역민들 사이에 형성된 지역이미지를 효과적으로 반영하지 못하고 차별성과 독창성이 부족한 유사한 스타일로 양산되고 있기 때문으로 볼 수 있다. 이러한 지역 상징 캐릭터는 대중의 호감과 공감을 얻지 못해 그 파급력이 약해지게 되며, 지자체로서는 본래의 캐릭터 도입 목적을 달성하지 못하는 결과를 낳게 된다.

지자체의 상징 캐릭터가 가장 먼저 소통해야 하는 대상은 그 지역민들이다. 캐릭터의 생명력은 대중과 함께 호흡하며 그들의 사랑과 지지를 받는 것으로 시작된다. 그래야만 캐릭터가 활발하고 적극적으로 활용되며, 대중들 사이에서 자발적으로 확산되어 함께 성장하며 살아 숨 쉬는 친구 같은 존재로 자리매김할 수 있게 된다. 본인의 논문 '한국시장에서의 캐릭터 개발과 비즈니스에 관한 연구' (조용진, 2001)에서 세계적으로 유명한 '찰스 M 슈츠(Charles M. Schulz, 1922.11~2000.2)'의 신문만화 '피너츠(Peanuts)'에 등장하는 캐릭터 '스누피'를 사례로 제시하면서 만화가 연재되었던 당시 미국인들의 생활에 대한 특징과 삶의 철학을 반영하여 인기를 얻게 되었고, 점차 미국 문화를 상징하는 아이콘으로 성장하여, 결국 75개국의 2600여 신문에 21개 언어로 연재된 세계적인 경쟁력을 갖춘 캐릭터가 되었음을 주장한 바 있다. 이러한 '스누피'의 성공은 결과적으로 캐릭터가 가장 먼저 접하게 되는 대상과의 공감에서부터 비롯되었다고 볼 수 있으며, 지자체의 상징 캐릭터 역시 지역민의 사랑과 지지를 받을 수 있어야 함을 반증하고 있다.

이처럼 지자체의 캐릭터가 성공적인 지역의 상징 캐릭터로 자리 잡기 위해서는 지역민들과 함께 공유할 수 있는 감수성과 표상이 캐릭터에 표현되어 있어야 한다. 더 넓게 보면 한국민이 느끼는 공통된 감수성과 표상이 나타나 있어야 한다고 볼 수 있다. 먼저 차별화된 지역 특징의 반영이 우선 되어야 하겠지만,

공통적으로 한국인이 함께 공감할 수 있는 심미적 요소 발굴 및 적용을 통해 한국적 심상과 표상이 들어난 캐릭터로 표현되어, 결국 지역민들의 공감을 이끌어 내고 성공적으로 커뮤니케이션 할 수 있기 때문이다.

본 연구는 지자체 캐릭터가 성공적으로 지역의 상징으로서 자리매김 할 수 있도록 캐릭터에 표현되어야 할 한국적 감수성과 표상의 특징이 무엇인지 알아보고자 한다. 또한 대중문화로서 캐릭터의 매체적, 문화적 특징이 무엇인지 살펴보고 한국적 감수성과 표상 사이의 연관성을 탐구해 경쟁력 있는 지자체 캐릭터가 갖추어야 할 요건이 무엇인지 도출해 보고자 한다.

1.2. 연구 범위 및 방법

본 논문은 지역의 상징으로서 지자체의 캐릭터가 성공적으로 자리 잡을 수 있도록 한국적인 감수성과 표상을 캐릭터에 담아내야 하는 필요성에 대한 인식에서 출발하였다. 또한 본 논문에서는 제한적인 범위에서 한국인에게 공통된 감수성과 표상의 특징을 분석하여, 지금의 탈 문화적이고 물개성적인 형태의 캐릭터에서 벗어나 우리의 감수성에 맞는 캐릭터 개발 방향에 대해 모색해 보고자 한다.

이를 위해서 먼저 한국적 감수성과 표상의 특징을 알아보기 위하여 한국 전통 문화 속에서 나타나는 미학적 특징에 대하여 민화, 탈, 장승, 조각, 전통문양 등의 전통문화 및 예술작품에서 나타나는 미적 감수성 및 조형적 특징을 바탕으로 분석해 보았다. 특히 풍경이나 사물을 제외한 사람, 동물, 상상의 존재 등 캐릭터성을 지닌 요소를 분석의 대상으로 하였다.

또한 캐릭터가 지닌 매체적 특성을 분석하고, 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터와의 연관성에 대해 조명해 봄으로써, 분석에서 도출된 내용을 캐릭터에 효과적으로 활용할 수 있는 방안에 대하여 검토해 보았다.

사례로는 광역자치단체 중 하나인 서울시의 ‘해치’ 캐릭터 개발 과정을 살펴봄으로써, 실제 한국 전통 문화의 하나인 해치상을 소재로 개발된 서울 상징 캐릭터 ‘해치’가 어떠한 한국적 감수성과 표상을 담고 있으며 이를 표현하기 위하여 어떠한 내용으로 개발이 진행되었는지 살펴보고, 성공적인 지자체 캐릭터 개발의 방향성에 대해 조명해 보고자 한다.

2. 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터

2.1. 한국적 감수성 및 표상의 특징

감수성(感受性, sensibility)¹⁾이란 인간이 외부 세계의 자극을 받아들이고 느끼는 성질을 의미한다. 감수성에 대하여 ‘드라마 사전’ (김광요, 박진권, 황성근, 류용상, 김종대, 2010)에서는 인간이 느끼고 반응하는 능력으로서 초연함과 기술적인 제어보다는 인간의 감성에 호소하는 특징을 지닌다고 설명하고 있다. 이는 이성(理性)에 대응되는 개념으로, 외계의 대상을 오관(五官)으로 감각하고 지각하여 표상을 형성하는 인간의 인식 능력인 감성의 철학적 의미로 볼 수 있다. 따라서 감수성은 사물, 사람, 행동, 상황 등과 같은 환경으로부터 자극을 지각(知覺)하는 능력이며, 한국적 감수성은 한국인이 공유하는 지역, 문화, 역사적 환경으로부터 지역민들이 느끼는 공통된 감성을 의미하게 된다.

심우성(1994)은 자신의 저서 ‘탈’에서 자신의 칼럼 ‘한국적 인형이란 무엇인가’ (심우성, 1987, p.112)의 내용 일부를 인용하여, ‘한국적’이란 것 자체가 하나의 개별성을 뜻하며, 이는 일반성과의 통일 과정을 통해서 전형성²⁾으로 얻어지게 되고, 하나의 전형성을 얻는 데에는 먼저 역사적 유산이 밑거름 되어야 하며, 실생활 속에서 어떠한 기능을 가지고 전승되고 있는가를 분석하며 오늘의 사회와 연관 지어 그 가치가 판단된다고 주장하고 있다. 이는 지역 상징 캐릭터를 위한 한국적 감수성 및 표상을 찾기 위해 먼저 전통과 역사 속에서 나타난 한국문화의 심미적 전형성을 찾을 필요가 있다는 것을 말해준다. 따라서 우선적으로 한국의 전통문화에 대한 고찰이 필요하며, 이는 한국 전통문화 및 예술작품이 지니고 있는 미의식 속에 나타난 특성들을 살펴봄으로써 확인할 수 있게 된다.

한국인 자신의 얼굴이자 민중적 미의식을 표현하는 대표적인 전통 문화유산인 한국 전통 탈 속에는 한국 민중의 특징적인 표정, 정서, 가치관, 감수성 및 미의식에 대한 표상이 고스란히 녹아있다. 또한 과거 전통이라는 범주 안에 머무르는 것이 아니고 역사와 시대의를 반영하면서 대중과 함께 하고 지속적

1) 감수성은 감각기관이 외계로부터 자극을 받아 감각 및 자각을 생기게 하는 감수성을 의미하는 감성(感性)과도 일맥상통하며, 일반적으로 심리학적 감성의 의미로 사용된다. 독일의 철학자 칸트는 감성론에서 이를 자발적으로 작용하는 오성(五性), 이성(理性)과 구별하여, 외계로부터 촉발되고 그것을 받아들이는 직관이라고 설명하였다.(철학사전편찬위원회, 2009)

2) 전형성(stereotype)은 단순화되고 일반화된 기호로서 특정 집단이나 사람들을 사회적으로 구분 짓는 것을 말한다. 암시적 또는 명시적으로 그 사람들의 성격 또는 역사에 관한 일련의 가치 판단, 평가 그리고 가정들을 표상한다.(한국언론진흥재단, 네이버 지식사전. <http://terms.naver.com/>)

으로 변화 발전해 왔다.

이러한 탈의 특징은 민화, 장승, 조각 등 다른 전통예술작품 속에서도 공통적으로 해당된다. ‘한국장승의 조형적 특징에 관한 연구’(김원용, 2003)에서 장승은 수호신으로서의 기능이라는 공통점을 가지고 제작되었으며 질박한 민중들의 단순 소박한 꿈과 기구복(祈求福) 신앙체로서, 민중들의 삶과 애증을 대변함으로 장승의 얼굴에는 해학과 익살, 아픔, 절망, 희망, 욕심, 심술 따위의 다양한 표정들이 압축되어 표현되었다고 주장하고 있다. 또한 김영학의 저서 ‘민화’(1993, p.102)에서 민화는 일반 대중의 실용적 요구로 인해 그려진 소박하고 꾸밈없는 그림으로 실재를 장식하는 데 이용되었으며, 필연적으로 인간의 생활과 밀착되어 생활공간과 사람을 하나로 맺어주는 교량 역할을 한다고 하였다. 이처럼 전통예술작품에는 과거에서부터 현재에 이르는 한국민의 감수성과 표상을 담아내고 있으며 특히 대중들 가까이에서 생활과 밀접한 관계를 맺고 있는 민화, 탈, 장승 등의 전통예술작품으로부터 보다 명확히 살펴볼 수 있다.

한국 전통문화 속에서 살펴볼 수 있는 한국적 감수성과 표상은 크게 친근함, 해학, 돈후함으로 살펴볼 수 있다. 김영학은 자신의 저서 ‘민화’(1993, p.58)에서 호랑이를 소재로 그린 호표도(虎豹圖)에 대해 소개하면서, 호표도의 호랑이들은 앓은 자세가 아주 경쾌하고 그 얼굴은 호랑이로서의 무서움이 아니라 우습고 친근하며 매우 해학적인 표정들이라고 설명하고, 이는 호랑이를 통해 한국인의 마음과 감정이 그대로 표현된 것이라 할 수 있다고 주장하고 있다. 이는 과장되고 우스꽝스러운 표정으로 묘사된 민화 속 호랑이의 모습에서 외형 이면에 한국인 정서 전반에 흐르고 있는 정감과 친근감, 해학이 표출된 것이다. 탈 역시 마찬가지로 실제 사람의 모습 그대로를 담아낸 것이 아니고 과장되고 뒤틀린 형태의 모습으로 표현되었는데, 이는 우스꽝스럽거나 때로는 기괴한 느낌이 들게 하지만, 하회탈의 양반탈에서 보이는 과장된 미소, 봉산탈의 취발이탈에서 보이는 기괴하고 우스꽝스러운 모습은 한국인들에게 이질적인 느낌보다 친근하고 편안한 느낌을 전달한다. 이러한 친근감과 편안함, 해학과 풍자의 심상은 과거 대중들에게 소구되던 전통예술 속에 대부분 녹아들어 있다. 이는 과거 신분사회에서 민중의 삶의 애환을 위로해 주던 것이 지배계층에 대한 풍자였으며, 대부분의 탈놀이에서 보이는 주제의식이나 민화에 담겨있는 스토리텔링 역시 해학과 풍자의 미학이 이를 뒷받침하고 있다.

또한 따뜻하고, 부드럽로우며, 단순하고, 순박하며, 모나지 않은 돈후함 역시 한국 전통예술에서 중요하

게 나타나는 특징적 미학이다. 금동 미륵보살 반가사유상에서 나타나는 부드럽고 따뜻한 미소나 투박하고 거친 화강암에 조각된 석수(石獸)의 모습에서 인정이 두텁고 후덕한 보습을 찾을 수 있다. 특히 석수에서 나타나는 돈후한 조형미는 ‘서울상징 해치가 가지는 의미와 특성’(박영순, 김은정, 박재인, 2009) 연구에서 ‘해치상’의 재료적 측면에서 살펴보고 있다. 이 연구에서 해치상 제작에 가장 많이 쓰인 재료는 한국에서 가장 많이 출토되는 화강석이며, 이 재료의 단단하고 입자가 큰 특성상 정교하고 섬세한 조각에는 적합하지 않아 단순하고 부드러운 형태로 표현되었다고 주장한다. 이러한 재료적 특징 또한 한국 전통조각 작품에서 돈후한 미학을 더욱 돋보이게 만드는 효과를 가져오게 된다.

한국전통문화에서 나타나는 이러한 친근하고, 해학적이거나, 돈후한 특징들은 대부분 대중들의 삶과 그들의 가치관이 투영되어 나타난 특징들이며, 한국적 감수성과 표상을 대표하는 이미지들로 볼 수 있다. 그리고 이러한 미적 감수성과 표상은 한국의 전통문화를 다른 아시아 문화권의 국가들이 지닌 전통예술과의 차별성을 갖게 하는 고유한 특징 중 하나로 볼 수 있다.



[그림 1] 민화 호표도, 하회탈, 봉산탈의 취발이탈

2.2. 대중문화 콘텐츠로서 지역 상징 캐릭터의

매체적 특징

캐릭터는 고유의 아이덴티티를 가지고 대중과 호흡하는 생명체로서 시간의 흐름에 따라 성장 발전하는 대중문화 콘텐츠이다.(조용진, 2001) 이러한 대중문화 콘텐츠로서 캐릭터가 대중들에게 소구되기 위해서는 친근성, 공감화, 커뮤니케이션 능력이 요구된다.

2.2.1. 친근성

캐릭터에서 가장 중요한 특징은 바로 친근성이라고 할 수 있다. 2010년 캐릭터 산업백서(2010, p.255)에 따르면 대중들의 주요 캐릭터 선호 이유로 ‘캐릭터 외모가 예뻐서/귀여워서/멋있어서’라는 응답이 가장 높게 나타난 것으로 조사되었다. 일차적으로 캐릭터의 예쁘고, 귀엽고, 멋있는 이미지는 대중들에게

캐릭터를 긍정적인 이미지로 받아들여지게 하는 요소이다. 그러나 이러한 이미지가 대중들에게 한시적으로 캐릭터의 선호도를 높이는데 기여할 수는 있겠지만 오랜 시간 동안 사람들 사이에서 생명력을 가진 캐릭터로서 자리매김하기 위해서는 오랜 시간 동안 친근한 이미지가 반드시 구축되어야 한다. 친근(親近)함이란 단어 그대로의 의미에서 볼 수 있듯이 가깝고 친하다는 것을 뜻하며, 이는 캐릭터가 지닌 지속 가능한 생명력으로 연결되기 때문이다. 다시 말해 캐릭터가 사람들에게 오랫동안 사랑 받으며 생명력을 갖기 위해서는 지속적으로 변화, 발전, 성장하는 친구 같은 존재로 자리매김 하는 것이 더욱 중요하다고 볼 수 있다. 우리나라 사람들에게 오랫동안 사랑 받은 ‘둘리’, ‘뽀로로’와 같은 캐릭터들의 선호 이유 중 ‘캐릭터가 친근해서’라는 답변이 상대적으로 높게 나온 것 또한 이러한 사실을 반증하는 것으로 볼 수 있다.(캐릭터 산업백서, 2010, p.255) 지역을 상징하는 지자체의 캐릭터는 이러한 친근성이 더욱 중요해진다. 이는 지자체 캐릭터가 지역민들과 함께 호흡함으로써 공감대와 생명력을 얻어 그들의 러브아이콘으로 자리 잡는 것이 캐릭터 발전의 밑바탕이 되기 때문이다.

2.2.2. 공감화

본인의 논문 ‘한국시장에서의 캐릭터 개발과 비즈니스에 관한 연구’ (조용진, 2001)에서 ‘공감’이란 대상의 생각이나 의견, 감정 등에 대해 자신도 그러하다는 느낌, 또는 그런 감정을 뜻하며, 이때 대상과 자신의 사이에 차별점이 존재하는 것을 인식하면서도 서로 내적, 외적인 동일성을 경험함으로써 공감하는 부분이 생기는데 이를 ‘공감대’라 주장한 바 있다. 지역 상징 캐릭터에 있어서 기본적으로 인식되어야 할 점은 캐릭터가 커뮤니케이션해야 할 대상인 지역민들이 캐릭터와 동질감과 유대감을 느낄 수 있도록 해야 한다는 것이다. 지역 상징 캐릭터의 성공이 동시대를 살아가는 대중들과 소통을 통한 공감대 형성에서 기인되는 것은 당연한 것이기 때문이다.

캐릭터 ‘스누피’는 이러한 캐릭터의 공감화 특성을 살펴보기에 좋은 사례로 볼 수 있다. ‘스누피’는 만화 ‘피너츠’의 작품 속에 표현된 휴머니즘, 철학, 인생관 등이 공감대를 획득하면서 그 세계와 가치가 확대되었다고 볼 수 있기 때문이다. 사람들은 ‘피너츠’ 속에 등장하는 각양각색의 캐릭터들에게 자기 자신을 투영해 보고, 그들이 겪어가는 다양한 이야기를 통해 생의 희로애락을 체험하게 되어, 더 나아가 미국 사회의 다양한 단면을 읽어낼 수 있

는 문화적 아이콘으로서 자리매김 하여 대중들의 공감을 얻어내는데 성공하였다.(조용진, 2001) 그 결과로 1950년에 탄생한 ‘피너츠’의 캐릭터들은 현재까지 대중들에게 사랑 받는 캐릭터로 활약하고 있으며, 이는 캐릭터가 성공하기 위한 기본 요소로 공감화 능력이 매우 중요함을 보여주고 있다.

2.2.3. 커뮤니케이션

캐릭터는 인간이 창조한 실존적 커뮤니케이터이며, 이를 위해서 고유의 성격, 환경, 세계관, 취향, 버릇 등 캐릭터 고유의 인성을 가져야 한다. 커뮤니케이션적 개념은 보다 실질적이고 본질적인 개념으로 이해되어야 하며, 캐릭터 비즈니스가 ‘인간과의 커뮤니케이션을 통하여 공감대를 형성하는 비즈니스’라는 것에서 출발하기 때문이다.(조용진, 2001) 이는 대중문화 콘텐츠로서 캐릭터가 지닌 특징이며 친근함, 공감대를 통해서 더욱 활발하게 작용하게 된다. 앞서 사례로 소개된 만화 ‘피너츠’도 캐릭터 ‘스누피’와 그의 친구들이 겪어가는 다양한 에피소드를 통해 동심의 세계와 함께 기존 사회를 깊이 있게 풍자, 비판하면서도 삶의 용기를 주는 따뜻한 메시지를 유머러스하게 전달함으로써 대중과 커뮤니케이션 하였다.

이처럼 캐릭터가 성공적으로 대중과 커뮤니케이션하기 위해서는 스토리텔링이 필요하다. 스토리는 캐릭터가 지닌 성격, 환경, 세계관, 철학, 가치관, 역사 등을 이해하기 쉽게 전달하고 이해시킴으로써 대중과 캐릭터와의 거리감을 좁히고 친근감을 더해 준다. 특히 지역 고유의 특징과 스토리를 캐릭터의 아이덴티티와 접목시킴으로써 지역의 오리지널리티와 연계성을 강화할 뿐만 아니라 그로인한 차별성도 확보하게 된다. 더 나아가 각종 출판물 및 영상물, 전시 등 스토리를 활용한 다양한 콘텐츠 개발로 경쟁력 또한 배가시킬 수 있다.

2.3. 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터 사이의

연관성

앞서 살펴보았듯이 한국적 감수성 및 표상의 특징은 친근성, 해학, 돈후의 이미지로 정리해 볼 수 있다. 또한 대중문화 콘텐츠로서 지역 상징 캐릭터가 갖추어야 할 요소로 친근성, 공감화 능력, 커뮤니케이션 능력을 중심으로 살펴보았다. 이를 토대로 한국적 감수성 및 표상과 캐릭터가 지닌 매체적 특징 사이의 연관성을 검토해 지역 상징 캐릭터의 효과적인 표현 방향을 다음에서 도출해 보았다.

한국전통문화에서 나타난 한국적 감수성 및 표상

의 첫 번째 특징으로 친근함을 꼽았다. 이는 캐릭터가 지닌 첫 번째 특성과 일치한다. 이러한 연관성은 한국적 감수성 및 표상을 캐릭터에 효과적으로 접목시키는데 유리하게 작용될 수 있을 뿐만 아니라 이러한 공통된 특징은 서로에게 시너지효과를 가져다 줄 수 있다. 친근성이 중요한 요소로 작용하는 지역 상징 캐릭터에서 지역민들이 친근하게 느끼는 전통문화 요소를 접목시킬 때 캐릭터의 친근성이 더욱 부각될 뿐 아니라 지역민들과의 원활한 커뮤니케이션에도 큰 도움이 될 수 있기 때문이다. 이러한 특징은 한국적 감수성 및 표상이 담긴 지역 상징 캐릭터 개발에 있어서 큰 장점이 될 수 있다.

또한 전통문화에서 나타난 해학과 돈후의 미학은 지역 상징 캐릭터와 지역민들 사이에서 공감화를 형성시켜주는 요소이다. 공감대란 내적, 외적인 동일성을 경험하는 것에서 생성되는 것으로 앞서 살펴본 바 있다. 이러한 관점에서 지역민들에게 익숙한 전통문화 속 해학과 돈후의 미가 디자인적으로 표현된 캐릭터의 외형과, 지역 고유의 특징과 보편타당성을 지닌 스토리텔링을 통해 쉽게 친근감과 동질감을 느낄 수 있게 되고, 결과적으로 지역 상징 캐릭터의 성공적인 커뮤니케이션을 이룰 수 있는 기반을 마련하게 된다.

익살스럽고 품위가 있는 말이나 행동을 일컫는 해학은 유머와 웃음을 유발하는 유쾌한 이미지를 넘어, 넓은 의미에서 삶의 애환, 대상 인물에 대한 연민과 동정, 부조리에 대한 날카로운 비판의식 또한 내포하고 있다. 인정이 두텁고 후함을 뜻하는 돈후한 특징 역시 부드럽고 친근한 이미지와 함께 다소 근엄한 이미지를 내포하고 있다. 이러한 이미지들은 캐릭터의 매체가 지닌 특징인 귀엽고, 친근하고, 밝은 이미지와는 상충하는 일면도 가지고 있다. 그러나 캐릭터 개발 시 이러한 몇몇의 특성과 캐릭터가 지닌 매체적 특성 사이의 균형을 고려하여 개발된다면 전반적으로 한국적 감수성과 표상이 지닌 특징과 캐릭터가 지닌 매체적 특징은 서로 상호 보완적이면서 동시에 시너지 효과를 가져다주는 상생의 관계에 놓여있다고 볼 수 있다.

2.4. 한국적 감수성 및 표상을 나타내기 위한 캐릭터 표현 방향

한국적 감수성 및 표상이 지닌 특징과 캐릭터가 지닌 특징이 상호보완적 역할을 하며 동시에 시너지를 창출할 수 있음을 앞서 살펴보았다. 이러한 사실을 바탕으로 지역 상징 캐릭터에 한국적 감수성 및 표상을 나타내기 위한 표현 방법에는 어떠한 것들이

있는지 한국 전통예술작품 속에서 찾아보았다.

2.4.1. 둥글둥글하고 모나지 않은 외형

제주도를 상징하는 조형물 ‘돌하르방’은 장승에서 그 맥을 찾아볼 수 있는 한국만의 독특한 전통문화유산이다. 전체적으로 모나지 않고 둥글둥글한 모습으로 표현되어 있는 돌하르방에서 우리는 돈후함, 친근함, 투박하고 소박한 한국민의 정서를 느낄 수 있다. 이러한 특징은 한국 전통 탈에서도 찾아볼 수 있다. 봉산 탈춤에서 사자탈은 사자라는 소재적 특징에도 불구하고 전체적으로 모난 곳 없이 둥글둥글한 형태를 띠고 있다. 사자탈은 형태적으로 사자의 상체와 하체 부분을 나누어 맡아 연기하는 형태의 탈이기 때문에 보통의 탈 보다는 크기도 크고 얼굴 부분을 형성하고 있는 큰 틀의 구조를 이루는 주재료도 아랫부분이 오목한 형태의 큰 바구니를 사용하기 때문에 전체적으로 둥글고 부드러운 라인이 형성되었다. 이러한 탈의 특징은 하회탈, 산대놀이 탈, 봉산 탈춤, 오광대 탈 등 한국 전통 탈 전반에서 공통적으로 나타나는 특징이다.(그림2) 서울을 중심으로 집중 분포되어 있는 해치상의 경우에도 전체적으로 부드럽고 모나지 않은 곡선의 형태로 묘사되어 있다. 이밖에 둥글둥글하고 모나지 않은 부드러운 곡선은 한복의 선, 기와지붕의 처마 등 한국 전통문화 속에서 쉽게 찾을 수 있는 주요한 조형적 특징으로 볼 수 있다.



[그림 2] 제주 돌하르방과 봉산탈춤의 사자탈

2.4.2. 밝고 유쾌한 해학적 이미지

한국 전통문화 예술작품 속의 부드럽고 모나지 않은 곡선의 아름다움과 함께, 밝고 유쾌하며 풍자적이고 해학적인 이미지가 표현되어 있는 작품 또한 쉽게 찾아볼 수 있다. 거의 대부분의 전통 탈과 민화 작품 속에서 이러한 특징은 더욱 두드러지게 나타난다. 전통 탈춤의 스토리텔링에서 풍자의 대상이 되는 존재를 묘사한 탈이나, 이러한 존재를 비판하며 재미와 유머를 전달하는 대상이 되는 탈에는 어김없이 밝고 유쾌한 해학적 이미지가 표현되어 있다. 전통 민화 속에 자주 등장하는 대부분의 호랑이 역시 공포스럽고 무서운 이미지가 아닌 우스꽝스러운 표정으로 희

화하여 해학적으로 묘사되어 있다. 또한 서민의 삶의 모습을 진솔하게 묘사한 민화로 유명한 김홍도의 민화 작품 속에서도 서당에서 매 맞는 아이의 우스꽝스러운 표정이나 씨름판에서 서로 살바를 맞잡고 힘을 쓰는 장수들의 일그러진 표정 속에서 이러한 해학의미를 찾아볼 수 있다. 이는 전통적으로 한국민 전반에 흐르는 삶을 낙천적으로 바라보는 시각에서 온 것이라고 볼 수 있으며, 한국적 감수성과 표상을 나타내는 주요한 요소이기도 하다.(그림3)



[그림 3] 김홍도의 민화 속에 나타난 해학적 표정

2.4.3. 선한 미소와 부드럽고 온화한 표정

앞에서 살펴본 전통문화 속 해학적인 특징과 함께 선한 미소와 부드럽고 온화한 표정 역시 주요한 특징 중 하나로 나타난다. 국보 제79호로 지정된 금동미륵보살반가사유상에서 나타난 편하고 부드러운 미소나 신선과 동자의 모습이 묘사된 민화, 풍속도 등에 나타나 있는 인물들의 표정에서 쉽게 살펴볼 수 있다. 이는 전통적으로 삶을 여유롭게 관조(觀照)하는 한국민의 심상이 들어나 있는 것으로 볼 수 있으며, 빼놓을 수 없는 한국적 감수성과 표상의 주요한 요소 중 한가지이다.(그림4)



[그림 4] 금동미륵보살반가사유상과 산신과 동자의 표정에 나타난 부드럽고 온화한 표정

3. 사례 연구 : 서울 상징캐릭터 ‘해치’

3.1. 서울 상징캐릭터 해치 개발 개요

서울시 상징 캐릭터 ‘해치’는 서울의 도시경쟁력과 브랜드가치 제고를 위해 서울의 규모와 위상에 걸맞은 강력한 도시 상징체계를 연구한 결과 서울의 고유한 도시 이미지를 세계에 각인시킬 상징으로 600

년 서울역사와 함께해 온 정의롭고 상서로운 상상의 동물 ‘해치’를 최종 선정함에 따라, 뉴욕하면 ‘자유의 여신상’, 베를린 하면 ‘버디베어’, 싱가포르 하면 ‘멀라이언’이 떠오르듯 서울하면 ‘해치’가 자연스럽게 연상될 수 있도록 해치의 브랜드 아이덴티티 정립을 위해 BI, 캐릭터, 해치 Sound 및 이에 따른 브랜드 마케팅 기본전략을 수립해 도시마케팅을 효율적으로 추진하고자 하는 목적의 일환으로 개발되었다.(그림5)



[그림 5] 자유의 여신상, 버디베어, 멀라이언

서울시에서 2008년 진행된 ‘서울상징 개발연구’ (2008)를 살펴보면 서울시는 서울의 상징이 될 수 있는 요소를 먼저 찾고자 하는 노력을 하였는데, 이때 서울을 상징할 만한 요소들에 대한 기초자료조사를 통해 얻어진 한강, 경복궁, 서울N타워 등 총 900여 가지의 다양한 대상을 중심으로 설문조사를 한 결과 전체 53.6%가 경복궁을 선택한 것으로 나타났다. 또한 대중들이 서울에 대해 가지고 있는 도시 이미지를 설문조사 결과에서도 전통 및 역사적 이미지에 대한 답변이 36.8%로 가장 높게 나왔다. 그러나 경복궁에 대한 SWOT 분석 결과 역사가 오래된 전통 건축물로 구조가 복잡하고 정적인 특성이 강해, 시대적 변화에 따른 다양하고 동적인 움직임을 살린 활용도 측면이 매우 어렵다는 약점이 도출되었다. 이에 따라 경복궁을 상징하는 구체적인 요소들을 추출하였고, 해치, 호랑이, 소나무 등 8가지 요소로 압축하여 비교 분석하였다. 그 결과 해치, 호랑이, 봉황, 소나무의 4가지 요소로 압축하여 시민공청회를 통해 의견을 수렴한 결과 상징력과 활용성이 가장 뛰어나고, 시민들의 호응을 많이 얻은 ‘해치’로 선정되었다. 이후 서울상징으로서 해치의 적합성이 검토되고 해치와 관련한 추가 설문을 진행하여 해치를 중심으로 한 서울 상징체계 개발전략을 세우게 되었다.(서울상징개발연구, 2008, pp.108-157) 해치 캐릭터 개발 역시 이에 대한 일환으로 진행되었다.

3.2. 해치의 전통적인 의미와 가치

해치는 신수(神獸)로서 동양 문화권에서 공통적으로 등장하고 있으며, 그 기원은 중국에서 시작되었으

나, 한국과 일본으로 전해지면서 한, 중, 일 삼국이 각기 다른 의미와 형태로 발전시켰다. 이러한 해치의 사전적 의미는 ‘시비와 선악을 판단하여 안다고 하는 상상의 동물’로, 중국 문헌 ‘이물지(異物紙)’에서는 ‘동북 변방에 있는 짐승으로 한 개의 뿔을 가지고 있으며 성품이 충직해 사람이 싸우는 것을 보면 그 중 바르지 못한 사람을 뿔로 받고, 사람이 다투는 것을 들었을 때는 옳지 않은 사람을 받는다.’라고 설명되어 있다. 또한 중국 순 임금 시절 한 신하가 해치 모양의 도구를 사용해 죄의 유무를 가렸다는 일화도 전해진다. 이러한 해치의 정의로운 이미지 때문에 조선시대에 관리들을 감찰하고 법을 집행하는 사헌부에서 상징적으로 사용되었으며, 특히 사헌부의 우두머리인 대사헌이 입는 관복에는 특별히 흉배에 해치의 이미지를 새겨서 착용하고, 공식 예복인 금관 조복에도 사헌부 관원들만이 ‘해치관’을 만들어 썼다는 기록이 있다.(서울상징 개발연구, 2008, p.158) 또한 해치는 정의를 뜻하는 의미 외에 화마를 제압하는 의미로도 사용되었는데, 특히 조선시대에 궁궐을 중심으로 화재를 방지하고자 해치 조각상을 제작하였다. 이는 관악산이 서울 내 궁궐에 화재를 자주 불러 일으킨다는 풍수지리학적 주장과 관련이 있으며, 이러한 이유로 당시에 설치된 대표적인 해치상이 광화문 앞 좌우에 배치되어 있기도 하다.(박영순 등, 2009)

앞서 살펴본 바와 같이 해치는 원래 중국에서 유래한 상상의 동물로서 그 형태와 담고 있는 의미가 일본과 우리나라에 각각 전달되어 약간씩 변형된 형태로 정착하였다. 해치가 유래된 중국에서는 오히려 해치보다 사자의 존재가 더 강한 수호신으로 자리 잡아 해치의 존재가 미약하며, 일본은 개와 구별이 가지 않는 형상으로 발전하였는데, 고마이누(高麗犬, 고려견)라는 개의 일종으로 불리고 있어 해치의 본래 모습과 의미가 그대로 남아있지 않다. 반면 한국에서는 해치가 서울의 궁궐을 중심으로 다양한 표정과 형태, 의미를 담고 곳곳에 퍼져 있으며, 그 원형의 모습과 의미가 잘 보존되고 있다.(서울상징 개발연구, 2008 p.159) 이는 한, 중, 일 삼국에서 신수(神獸)라는 독특한 상상의 동물로 활용되었다는 공통적인 특성을



[그림 6] 한국(좌), 중국(중), 일본(우)의 해치상

지니면서도 국가와 시대별로 조금씩 다른 형태와 의미를 가지고 발전하였다고 볼 수 있다. 또한 한국의 해치는 근엄하면서도 부드러운 이미지를 지니면서 상상의 동물로서의 다양한 조형적 특성을 그대로 살려 사용되었다고 볼 수 있다.(박영순 등, 2009)

한국의 해치가 지닌 형태적 특성을 살펴보면 얼굴은 대부분 눈과 코, 입이 크게 강조되어 있고, 머리 위에는 뿔이 있는데 이는 위로 솟은 형태가 아니라 머리에 뉘여서 부조로 조각되어 있다. 커다란 입에는 송곳니가 표현되어 있는데 무서운 이미지로 표현되었다기 보다 전체적으로 웃고 있는 모습으로 한국적 해학의 정서가 나타나 있으며, 목에 방울 장식이 있다. 대부분의 해치상의 몸통에는 여러 가지의 장식 문양이 나타나 있는데 비늘 또는 원형 패턴의 돌기 형상을 몸 전체에 걸쳐서 볼 수 있고, 겨드랑이 부분에는 끝이 동그랗게 말린 날개 형태가 달려 있으며, 앞다리와 꼬리 주변에는 갈기처럼 보이는 소용돌이 문양이 새겨져 있다. 또한 대부분의 해치상은 전체적인 외형을 따라서 둥그스름하고 몽툰하게 생긴 발과 발톱을 가지고 있다.(박영순 등, 2009) 전체적으로 봤을 때 한국의 해치상은 한국적 감수성과 표상이 자연스럽게 녹아있는 형태를 취하고 있음을 알 수 있다.

3.3. 해치 캐릭터 개발 과정

3.3.1. 해치 캐릭터의 개발 목표

해치 캐릭터의 개발 목표는 서울의 600년 문화역사와 함께한 ‘해치’를 형상화하는 것으로서 정의와 안전을 지켜주는 해치의 상징적 의미와 맑고 매력 있는 도시 ‘서울’의 비전을 전달하는 새로운 상징 개발에 있다. 또한 친근하면서도 글로벌 경쟁력을 갖춘 도시 상징 캐릭터로서 성장시키기 위해 한국 전통 문화와 예술을 바탕으로 창조적이며 감성적인 캐릭터, 대중과의 적극적인 커뮤니케이션을 통해 생명력 있는 캐릭터 개발을 세부 목표로 삼았다.

3.3.2. 해치 캐릭터의 의미와 핵심가치 설정

해치가 지닌 전통적인 의미와 가치를 서울시의 비전과 함께 비교 분석해 봄으로써 해치와 서울의 공유 가치를 추출하여 캐릭터에 부여할 전략적 의미와 가치를 설정하였고, 이를 서울시 상징물 관련 인식조사 설문(2008)을 진행한 결과를 토대로 다음 3가지 방향으로 정리하였다.

그 중 첫 번째는, 정의와 안전의 수호자 해치의 모습을 나타내는 것이었다. 이는 선과 악을 구별하여 정의를 지키며 재앙을 물리쳐 안전을 지켜주는 수호

자로서의 해치의 모습을 부각시켜 해치의 전통적인 의미를 내포하고 있으면서도 도시 상징으로서 긍정적인 이미지를 내포할 수 있게 하기 위함이다.

두 번째는, 꿈과 복의 해치를 표현하는 것이었다. 꿈과 소망을 이루어 주고 행복과 기쁨을 나누어주며 복을 주는 해치의 이미지를 표현함으로써 길상(吉象)으로서의 해치가 주는 전통적 가치를 부각시키며, 나아가 시민들을 위한 해치, 시민들을 위한 서울시 공공서비스의 이미지를 구축하기 위함이다.

세 번째는, 문화를 창조하고 융합하는 해치를 표현하는 것이었다. 전통적 가치를 담고 있는 해치를 현재의 서울 시민들과, 더 나아가 미래의 서울시 문화 전체를 아우르며 사람과 자연을 소통시키고 융합시키며, 새로운 문화를 창조하고 계승 발전시키는 해치의 모습을 표현하기 위함이다.

3.3.3. 해치 캐릭터의 아이덴티티 표현 전략

해치 캐릭터가 개발될 당시에는 아직 해치는 서울 시민이나 해외 방문객들에게 낯선 존재였다. 그래서 해치 캐릭터는 한국 해치의 특성과 가치를 일관되게 전달할 이야기가 필요했으며, 해치의 좋은 의미와 가치를 대중들의 생활 속에 전파하는 마케팅 노력도 요구되었다. 또한 전 세계인에게 어필할 수 있는 친근하고 귀여운 이미지와 함께, 원래 해치상이 가지고 있는 다소 무서운 이미지를 완화하여 대중에게 어필할 필요성이 요구되었다.

해치 캐릭터를 개발하기 위해 가장 먼저 본래 해치가 지닌 조형적 특징 중 고유한 아이덴티티를 나타낼 수 있는 요소들을 분석하였다. 6가지 요소를 추출하였는데, 첫 번째는 얼굴이다. 먼저 이마 중앙에 위치한 나선형 눈썹이 가장 큰 특징인데 조화와 화합의 태극문양을 모티브로 한 나선형 문양을 활용하여 디자인하였다. 이 나선형 문양은 목에 달린 구슬과 허리에도 활용됨으로써 통일감을 주었다. 본래 해치상에서 표현된 치아는 윗입술 아래로 보이는 가지런한 치아들 사이에 강조된 송곳니를 가진 형태로 자칫 무섭고 강한 이미지를 전달할 수 있다. 그러나 한국의 해치상은 중국과 일본의 해치상과 비교하여, 웃는 듯한 입 모양과 모나지 않은 형태 때문에 보다 친근하고 해학적인 이미지가 강하다. 따라서 치아는 그 수와 크기를 줄이고 단순화 시켜 장난기 있는 두 개의 덧니로 표현하였으며 밝고 편안한 미소로 친근한 이미지를 강화하여 표현하였다. 또한 크고 후덕한 코를 강조하여 둔후함을 표현하였다. 귀는 중국과 일본의 솟은 귀와는 달리 한국 해치의 편안하게 내려진 귀의 부드럽고 온화한 느낌을 살려 디자인하였다.



[그림 7] 해치의 얼굴 모습

두 번째는, 해치상의 목에 목줄과 함께 달려있는 방울로, 캐릭터에는 서울시의 대표색으로 선정된 서울 10색 중 햇빛이 반사된 한강의 물결을 상징하는 ‘한강 은백색’으로 표현하였다.



[그림 8] 해치에 표현된 방울

세 번째는, 해치상의 겨드랑이에 표현되어있는 소용돌이 모양의 날개이다. 이 또한 캐릭터의 전체적인 분위기에 맞춰 귀엽고 앙증맞은 형태로 디자인하여 캐릭터의 등에 달아줌으로써 날갯짓으로 하늘을 날 수 있는 해치 캐릭터로 표현하였다.



[그림 9] 해치의 겨드랑이에 표현된 날개

네 번째는, 꼬리의 표현으로 광화문 해치상 및 민화에서 묘사된 복슬복슬한 털이 달려 있는 형태를 단순화 시켜, 귀엽고 통통한 느낌은 살리되 그 형태를 간소화 시켜 광화문 해치상의 꼬리에 조각된 나선형으로 표현하였다.



[그림 10] 해치의 꼬리 표현

다섯 번째는, 해치 캐릭터의 색상이었는데, 일반적으로 알려져 있는 해치상은 모두 화강암 석상이었기 때문에 대부분의 사람들이 석재가 가진 회색의 이미지를 가지고 있었다. 회색은 탁하고 칙칙한 분위기를 연출하므로 캐릭터로 표현하기에는 적절하지 못한 색

이었다. 이에 황금색을 토대로 캐릭터의 따뜻하고 친근한 이미지 형성에 용이한 은행노란색과 꽃담황토색을 사용하였다. 노란색은 한국 전통색상인 5방색 중 중앙을 상징하는 색으로서 대한민국 수도 서울을 상징하는 캐릭터에 어울린다. 꽃담황토색과 고궁갈색은 조선시대부터 민가, 길가, 궁궐 등 도시 곳곳에서 우리의 삶과 함께 했던 해치의 역사성을 표현한다. 꽃담황토색은 주조색인 황색에 조화로움과 다채로움을 더하며, 고궁갈색의 외곽선은 해치 캐릭터를 명확하면서도 부드럽게 보이게 한다.

3.3.4. 해치 캐릭터의 디자인 방향

해치 캐릭터를 디자인하면서 가장 중요하게 생각한 것이 한국의 해치를 캐릭터화 하는 것이었다. 정그림 없이 웃는 듯 치켜 올라간 나선형 눈썹의 형태나 크고 선한 눈매, 크고 볼스러운 코, 이빨을 드러내며 짓는 편안한 미소, 전체적으로 둥근 곡선을 그리는 미려한 두상 등의 특징이 그것이었다. 이는 앞서 살펴본 바와 같이 한국적 감수성과 표상을 표현하고 있는 것과 다름 아니었다. 결국 해치 캐릭터를 디자인하면서 모나지 않고 둥근 형태와 투박하지만 담백하며 후덕한 모습인 둔후함과, 익살스럽고도 품위 있는 말과 행동의 해학성으로 디자인 방향을 잡았다.

3.3.5. 스토리 개발 방향

캐릭터가 사람들 사이에서 생명력을 얻고 함께 소통하기 위해서는 스토리 역시 중요한 요소이다. 해치 스토리를 개발하면서 서울시 고유의 이미지와 가치를 전파하며, 해치의 전통적 의미와 서울 상징으로서의 가치를 전파하는 것을 목표로 설정했다. 그리고 해치는 바로 서울시이며 바른 마음과 사랑으로 시민들을 지켜주며 행복한 웃음과 복을 나누어 주는 친구 같은 존재임을 주제로 설정하였다. 또한 개발된 해치 스토리를 바탕으로 아이들에게 쉽게 해치를 설명할 수 있는 그림동화를 활용아이템으로 개발하여 활용도를 높였다.

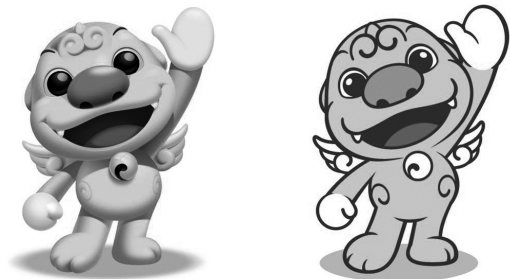


[그림 11] 해치 그림 동화

3.4. 해치 캐릭터 개발 결과물

앞서 선행된 연구를 바탕으로 개발된 서울 상징

캐릭터 ‘해치’는 다양하게 활용되어 대중들과 커뮤니케이션 할 수 있도록 캐릭터 브랜드 시스템으로 개발되었다. 해치 캐릭터의 기본형을 비롯해 여러 가지 활용도를 고려한 다양한 스타일의 확장형 개발, 캐릭터가 해치 서울 로고와 조합된 형태의 시그니춰, 다양한 형태의 엠블렘, 활용도가 높은 아이콘과 패턴 디자인, 해치 캐릭터와 함께 스토리를 풍성하게 해주는 서브캐릭터, 다양한 용도에 활용될 수 있는 응용 동작 및 프로모션 아이템 디자인이 개발되었다. 현재에도 시즈이나 이슈에 맞추어 활용하기 위해 추가 응용 동작이 지속적으로 개발되고 있으며, 코스프레 탈인형, 조형물, 광고물, 영상 등 다양한 프로모션 아이템도 추가 개발되어 활용되고 있다.



[그림 12] 해치 캐릭터의 기본형 디자인



[그림 13] 다양한 상황과 용도에 맞도록 개발된 응용동작(현재까지 총 118종의 응용동작 개발)



[그림 14] 해치 캐릭터 엠블렘 디자인



[그림 14] 해치 캐릭터 활용 사례(조형물, 봉제인형, 코스프레 탈인형)

4. 결론

본 연구는 한국적 감수성과 표상을 반영한 지역 상징 캐릭터 개발에 대한 방향성을 서울 상징캐릭터 ‘해치’의 개발과정을 중심으로 살펴보았다. 먼저 한국적 감수성 및 표상의 특징을 알아보기 위해 ‘한국적’이라는 말이 내포하고 있는 의미 속에서 역사적 유산이 밀거름이 되어야 한다는 사실을 확인하고 한국 전통문화 속에서 그 해답을 찾아보았다. 그 결과 한국적 감수성과 표상은 크게 친근하고, 해학적이며, 돈후한 미학을 지니고 있음을 알아보았다. 또한 대중문화 콘텐츠로서 캐릭터가 지니는 매체적 특징을 확인해본 결과 친근성, 공감화, 커뮤니케이션 능력으로 정리할 수 있었고, 이러한 캐릭터의 매체적 특징이 한국적 감수성과 표상의 특징과 상호 보완적이고 함께 시너지를 창출할 수 있는 관계에 있음을 확인하였다. 이를 토대로 한국적 감수성 및 표상을 나타내기 위한 표현 방향을 등글등글하고 모나지 않은 외형, 밝고 유쾌한 해학적 이미지, 선한 미소와 부드럽고 온화한 표정의 3가지로 정리해 보았다. 해치 캐릭터 자체가 한국의 전통 문화유산인 해치상을 모티브로 개발되었으며, 전통적인 요소를 최대한 살리고 한국적 감수성과 표상의 특징인 친근함, 해학성, 돈후함을 현대적 감수성에 맞게 재해석하여 표현된 과정을 해치 캐릭터 개발 과정을 통해 구체적으로 알아보았고, 그 결과물도 확인해 볼 수 있었다.

본 연구는 성공적인 지역 상징 캐릭터 개발을 위해 한국적 감수성과 표상을 반영하는 방안에 대한 연구로 다음과 같은 한계점을 지닌다. 지역 상징 캐릭터 개발을 위한 한국적 감수성과 표상에 대한 특징을 친근함, 해학, 돈후함으로 분석하였으나 삶의 애환, 대상 인물에 대한 연민과 동정, 부조리에 대한 날카로운 비판의식까지 내포하고 있는 해학과 다소 근엄한 이미지를 내포하고 있는 돈후함을 귀엽고, 친근하며, 밝은 이미지를 지닌 캐릭터의 매체적 특성 사이에서 어떻게 균형을 이루어 표현해 내는지에 대한 방법이 제시되지 못했다. 또한 제한적인 범위 내에서의 한국적 감수성과 표상 외에도 지역적 특수성 반영에 대한 내용도 반영되지 못했다. 이 부분에 대한 연구는 성공적인 지역 상징 캐릭터 개발을 위해 지속적으로 진행되어야 할 연구 과제를 인지하고, 향후 개발될 지역 상징 캐릭터와 함께 발전방안을 제시할 수 있는 후속 연구가 이어지길 기대한다.

해치 캐릭터는 현재에도 해치 상품화 사업을 통해 다양한 캐릭터 상품이 개발되어 판매되고 있으며, 지하철 광고물, 각종 인쇄물, 초등학교 교과서, 스마트

폰 어플리케이션, 공공 시설물 안내 표지판, 상징 조형물 등 다양하게 적용되어 서울시민들에게 노출되고 있다. 특히 SBS(서울방송)에서 방영된 TV시리즈 애니메이션 ‘내 친구 해치’는 서울시 해치 캐릭터를 기반으로 제작된 애니메이션으로 2010년 7월 25일 방영을 시작해 2011년 1월 30일 방영이 종료되면서 많은 사랑을 받기도 했다. 이러한 움직임은 지자체의 캐릭터가 민간 기업의 주도로 활용되고 성과를 얻었다는 사실에서 큰 의의를 둘 수 있겠다. 이처럼 한국적 감수성과 표상이 반영된 캐릭터의 개발을 통해 성공적으로 활용되고 있는 해치 캐릭터와 같이, 지속적으로 성공적인 지자체의 상징 캐릭터가 개발 발전해 나갈 수 있는 토대가 마련되었으면 하고 기대해 본다.

참고문헌

- 김광요, 박진권, 황성근, 류용상, 김종대.(2010). 드라마 사전. 문예림
- 김영학.(1993). 민화. 대원사. 58, 102
- 김원용.(2003). 한국 장승의 조형적 특징에 관한 연구 : 조선시대 석장승을 중심으로. 홍익대학교 미술대학원 석사학위논문.
- 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원.(2010). 2010 캐릭터 산업백서. 255
- 박영송.(2010). 지방자치단체 캐릭터의 적용과 활성화에 관한 연구 : 충청남도를 중심으로. 한밭대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 박영순, 김은정, 박재인.(2009). 서울상징 해치가 가지는 의미와 특성. 한국디자인포럼 vol.25. (사)한국디자인트렌드학회.
- 서울특별시.(2008). 서울상징 개발연구 보고서. 108-159
- 심우성.(1994). 탈. 대원사. 112
- 조용진.(2001). 한국시장에서의 캐릭터 개발과 비즈니스에 관한 연구. 국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문.
- 조용진.(2010). 지방자치단체의 성공적 브랜드 전략 방안. 월간 충남 경제 6월호 칼럼.
- 철학사전편찬위원회.(2009) 철학사전. 중원문화