

카툰 이미지 조형의 감정적 디자인에 관한 연구

몽휘*, 김치용**

*동의대학교 대학원 스토리텔링학과

**동의대학교 ICT공과대학 게임애니메이션공학전공

e-mail : menghui_eleven@163.com, kimchee@deu.ac.kr

Research on the Application of Emotional Design in Cartoon Avatar Modeling Design

Meng Hui, Chee-Yong Kim**

*Dept. of Storytelling, Graduate School, Dong-Eui University

**Major of Game Animation Engineering, Dong-Eui University

요 약

본고는 카툰 이미지 조형 디자인에서의 감정을 전달하는 방법을 탐구하여, 전통적인 카툰 이미지를 연구 대상으로 삼아 그의 조형 디자인과 감정적인 디자인에 대하여 분석했다. 카툰 이미지 조형 디자인에 감정적 디자인을 융합하는 방법을 제공하여 소비자의 감정적 욕구를 더 잘 충족시킬 수 있도록 하였다.

1. 서론

감정적 디자인이란 개성과 감정을 디자인에 융합하는 디자인 기법이다. 시대의 발전에 따라 사람들이 갈수록 감정적인 요구와 심리적인 요구에 더 중요시할 뿐만 아니라 개성화와 개인 주관적 감각도 더 중요시한다. 따라서 감정적 디자인이 사람들의 욕구에 더 부합한다.

아주 많을 때 사람들이 실제 필요에 따라 카툰 이미지 상품을 사는 것이 아니라 좋아하기 때문에 가능한 한 해당 카툰 이미지의 모든 상품을 소장하고 싶어 하고 한 시리즈 중의 하나를 가지고 나면 그 시리즈의 나머지 상품도 갖고 싶어 한다. 또한 주위의 대중 매체나 사람의 영향으로 혹은 자기가 애모하는 연예인과 같은 상품을 가지기를 원하기 때문에 소비하는 경우도 많다. 카툰 이미지 제품의 소비 동기가 그 자체의 소장성과 화제성에서 비롯하고 또한 그의 파생품의 기능적인 요소와 감정적 요구를 동시에 충족시킬 수 있는 데서 나온다. 이러한 소비 동기는 다 정서와 연관되어 있으며 사람들은 이러한 카툰 이미지 상품의 소유를 통해 자신에게 기쁨을 주고 심지어 더 높은 가격으로 이러한 즐거운 경험을 사기도 한다.

사람들이 이러한 즐거운 소비 경험을 통해 더 큰 이익을 얻을 수 있도록 감정적 디자인을 카툰 이미지 디자인에 융합시켜야 한다. 카툰 이미지 조형 디자인은 카툰 이미지 디자인의 중요한 부분이라면, 카툰 이미지의 조형 디자인을 통해 감정을 어떻게 전달할 수 있는지가 우리가 먼저 연구해야 할 내용이다.

2. 연구내용과 방법

거의 모든 성공적인 가상 이미지 조형에는 정사적 디자인이 녹아 있으며 디자인을 통해 유쾌함, 내면의 위로, 안정감, 현실 도피, 어린 시절로의 복귀, 자신감 회복 등 긍정적인 감정을 전달한다. 사용자가 좋아하는 카툰 이미지는 다 이런 특질을 가지고 있다.



그림 1. Doraemon, 투위안왕루오



그림 2. hello kitty, 투위안왕루오

도라에몽의 만능 주머니 안에는 모든 것이 들어 있는 것 같은데 대응이 어떤 어려움을 겪어도 도라에몽은 주머니에서 보물을 꺼내 대응을 도와 줘서 문제를 해결한다. 모

든 사람들이 이런 좋은 주머니를 갖고 싶어 하고 모든 꿈을 이룰 수 있기를 환상한다. 헬로키티의 리본 디자인은 모든 소녀들의 소녀 심경을 자극했다.

'빅 히어로'에서의 베이맥스는 둥글둥글하고 포근한 몸매에 탄력이 있는 조형 디자인이 안정감과 친화력이 넘친다. 실생활에서 스트레스를 받는 사람들의 마음을 치유할 수 있다.



그림 3. Baymax, 투위안왕루오

쿠마몬은 검은색에 두 개의 붉은 볼을 매치해 몸매가 부드럽고 둥그랴며 얼굴 표정이 멍멍하고 귀여우며 친화력이 넘친다. 키가 큰 쿠마몬이 고개를 약간 기울이고 두 손으로 입을 가리고 애교를 부리기 시작할 때 곧 아이와 여자들의 비명을 얻게 될 것이다.



그림 4. Kumamon, 투위안왕루오

전형적인 가상 이미지의 조형 분석을 통해 장식물, 얼굴 표정, 몸, 동작 등의 디자인 요소들은 다 효과적인 감정 전달 방식이라는 것을 알 수 있다. 상기 카툰 이미지 연구를 바탕으로 분석을 통해 다음과 같은 감정적 디자인 방법이 도출되었다.

- 장식물은 개성화하고 시각적 기호 특징을 가진 요소이고 각 이미지 디자인의 컨셉에 따라 증가할 수 있다.
- 표정 디자인을 할 때 유쾌한 표정은 사람으로 하여금 공감효과를 쉽게 불러일으킬 수 있고 유쾌한 메시지도 쉽게 받는다. 멍멍하고 귀여운 표정은 친근감을 주기 쉽고 친화력이 넘친다. 이 두 가지 표정은 기분 좋은 메시지를 전달할 수 있는 무표정한 카툰 이미지는 공감하는 감정적 경험을 전달하여 사람들로 하여금 마음의 위로를 얻게 한다.
- 사람들이 귀여운 조형에 대하여 유사한 인지를 가지고 있다. 이런 인지는 아기의 특징에서 비롯된다. 따라서

둥글둥글하고 통통하며 유연하고 팔다리가 짧은 신체 비율이 사람들로 하여금 귀여움을 쉽게 느끼게 한다.

- 카툰 이미지의 동작은 성격을 나타내며, 성격의 특성에 따라 동작을 수식, 과장한다. 몸짓을 통해 감정을 표현하여 카툰 이미지의 성격을 더욱 선명하게 표현한다.

감정적 디자인을 카툰 이미지 조형에 적용하는 연구가 계속 진행되어 왔다. 카툰 이미지의 조형 디자인에 앞서서 언급한 디자인 기법을 사용하면 카툰 이미지를 귀엽고 사랑스러우며 친화력을 넘치게 보이게 할 수 있다. 사람들로 하여금 보다 즐거운 감정 체험을 가능하게 하여 카툰 이미지에 대한 사랑으로 전환하게 된다.

3. 연구결과

우리는 본고에서 제시한 방법으로 카툰 이미지 조형을 디자인할 때, 먼저 제품의 포지셔닝을 명확히 확인해야 한다. 그 다음에 제품의 포지셔닝에 따라 감정적 디자인의 수요에 대하여 분석한다. 세 번째, 분석된 결과에 따라 카툰 이미지의 장식물, 표정, 몸, 동작 등 각도에 수용자의 공감을 쉽게 일으킬 수 있는 디자인 요소를 융합한다. 마지막으로 조사를 통해 수용자가 서로 다른 정서적인 디자인 방식으로 설계한 카툰 이미지의 선호 정도를 조사한다. 조사 결과에 따라 카툰 이미지 조형을 조절하고 해당 제품에 가장 적합한 감정적인 디자인 방법을 도출한다. 위에서 말한 것을 도식화하면 다음과 같다.

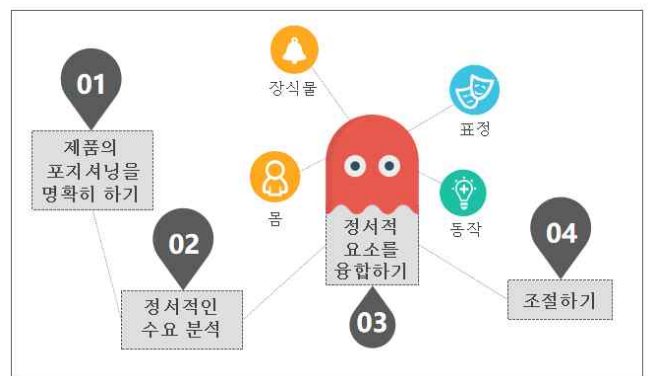


그림 5. 디자인 과정

4. 결론

본 연구는 카툰 이미지 조형 디자인에 더 좋은 조언을 제공해 주고, 카툰 이미지 조형 디자인에 감정적 디자인을 융합하는 것에 조작 가능한 방법을 제공해 주었다. 본 연구는 카툰 이미지 조형의 감정적 디자인을 연구하는 것은 매우 필요한 것이라는 결론을 도출했다. 디자이너는 장식물, 얼굴 표정, 몸, 동작 등 조형 요소에 감정적 디자인 방법을 넣어 감정을 전달하고, 사람들의 심리적 욕구를 충족시켜 사람들의 공감을 일으킨다. 이는 이미지 가치를 향상시키는 데에 도움이 된다. 본 연구에는 카툰 이미지 조형

디자인과 관련된 모든 감정 디자인 방법을 전면적으로 보여 줄 수는 없으며 더 많은 연구를 요구한다.

참고문헌

- [1] Jean Baudrillard, LaSociétédeconsommation, Gallimard, 1996.
- [2] 선민재, “캐릭터의 특성의 유의미성 호감성에 미치는 영향,” 경희대학교경영대학원경영학과, 2017.
- [3] 허성훈, “애니메이션캐릭터의 성격유형에 따른 조형적 전형성에 관한연구,” 홍익대학교광고홍보대학원 문화콘텐츠전공, 2007.
- [4] 黄杰, “日本卡通商品消費机制研究,” 西南大學碩士學位論文, 2006.
- [5] 王璦, “從造型內涵角度談我國動漫衍生品設計開發,” 江南大學碩士學位論文, 2017.