



School of Integrated Technology (SIT)

SIT SEMINAR

- Energy Technology(ET)
- Culture Technology(CT)
- Intelligent Robotics Technology(RT)
- Common Subject

Thursday, **October 26th**, 2017, 2:30 PM.

Room No. 109, Dasan bldg. 1st Floor

(Language: Korean)

Character Creation

Prof. Kwak Sung-Jo

School of Integrated Technology, GIST



탄탄한 스토리가 요구되는 영상물에서 캐릭터는 성공요인과 직결된다. 개성과 특성이 반영된 캐릭터의 상품가치는 영상물의 성공여부와 밀접한 관계를 가지게 되기 때문이다. 캐릭터는 그 자체가 브랜드이며 독립된 제품으로서의 가치를 지닌다고 할 수 있다.

최근엔 캐릭터를 활용한 산업들이 부각되어 연령층 상관없이 높은 관심과 흥미를 유발하고 있으며 예술영역이었던 '조형물의 모티브' 조차도 '키치' 트렌드와 더불어 많은 작가들이 캐릭터를 훌륭한 예술 표현의 매개로 사용하고 있다. 예술 영역 뿐만 아니라 가족들의 쉼과 문화공간으로서 지역마다 대규모 혹은 소규모의 '캐릭터 테마파크'가 활성화되어 캐릭터를 다양한 시각에서 누구나 친근감 있게 접하게 되는 시대를 맞고 있다.

이처럼 캐릭터는 영상물, 제품, 환경 등 인지도를 통해 메시지를 전달하는데 있어서 강력하고 효율적 특징을 가지고 있으며 주목, 인지, 이해, 기억 등 인간의 인지적 효과를 통해 정서적 효과와 특정한 이미지를 부각시키는 의미작용을 하기도 한다. 즉, 커뮤니케이션의 수단으로 다양한 효용성을 갖게 되는 것이다.

또한 캐릭터를 산업측면에서 접근해서보면 다양한 콘텐츠와 더불어 기업의 프로모션이나 영화, 음악 등 CD나 DVD, TV방송료 등을 통해 수익을 창출할 수 있다.

캐릭터를 상품에 이용함에 따른 매출효과로는 라이선스 수익료 등을 포함하여 문화콘텐츠 파생으로 인한 매출효과를 기대할 수 있다.

캐릭터는 더이상 유아를 대상으로 하는 제한적 영역에서 벗어나 기업이나 아이덴티티를 상징하는 심벌로서 발전하였으며 다양한 콘텐츠와 융합되고 생성되어 점차 독립된 산업으로 발전하고 있다. 따라서 캐릭터의 상업적, 학문적 가치를 재정비하고 이에 맞는 체계적인 연구를 해야 할 때다.