

지자체 캐릭터를 활용한 지역 이야기 자원 스토리텔링 개발 연구
-서울, 경기 지자체 캐릭터를 중심으로-

이승영

협성대학교 예술대학 시각디자인학과 교수

A Study on Development in Storytelling of Regional Story Resources
Using a Local-government Character
-Focusing on Local-government Characters in Seoul and Gyeonggi-

Lee, Seung Young

Professor, Dept. of Visual Communication Design, College of Arts, Hyupsung University

투고일자:20180427, 심사일자:20180505, 게재 확정일자:20180612

Journal of the Korean Society of Design Culture
한국디자인문화학회

목차

Abstract

국문초록

I. 서론

I.1. 연구의 배경 및 목적

I.2. 연구범위와 방법

II. 이론적 배경

II.1. 지자체 캐릭터의 이론적 고찰

II.2. 스토리텔링의 개념

III. 지자체 캐릭터 스토리텔링

III.1. 지자체 캐릭터 현황

III.2. 지자체 캐릭터 유형분류

III.3. 지자체 캐릭터의 OSMU의 활용실태

IV. 지자체 캐릭터를 활용한 스토리텔링 개발

IV.1. 지자체 캐릭터와 지역자원 스토리텔링

IV.2. 지역 이야기 자원 스토리텔링 개발

V. 결론

Reference

Endnote

Abstract

This study was conducted in order to seek the possibility of the convergent storytelling with the application of the regional story resources to a local-government character. The research was developed targeting 47 local-government characters in Seoul and Gyeonggi as the research scope. A case of developing the storytelling of the regional story resources had the subject as the character Suwon in Suwon city. As for a research method, the theoretical consideration was progressed a research focusing on documental data. The survey of present status and the materials related to local government were carried out the collection and the analysis through the internet-based D/B retrieval and homepage.

As a result of having implemented a type classification targeting 47 characters in each local government of Seoul and Gyeonggi area, a figure type(17%), a symbol type(36.2%), and an animal-plant type appeared to be the highest with 46.8%. A type-based material was produced by having a material as a historical person and local folk tales in a figure type, by having a material as the locally typical animal, plant and speciality in an animal-plant type, and by using

infrastructure, natural environment, traditional culture, vision and others in a symbol type. The actual condition of using OSMU in a local-government character was surveyed to be currently applied to festival, sculpture, souvenir & regional product and theme park, but to be inadequate in the range of using OSMU in the extended local-government characters such as webtoon(4.3%), SNS application(8.5%), animation(6.4%) other than a local event.

The development in the regional-resource storytelling with the application of a character aiming at a local-government character and a region may be made through the process of the extendability, of the creative recomposition in a story, of the interactivity between main agents, and of the continuity in enjoyment for the secondary storytelling, which transforms a regional story according to the local-government character and objective based on the primary storytelling with starting from 'discovery,' 'preservation,' 'extension' and 'creation' in the regional story resources. The process of excavating a story and developing a resource in the storytelling with the application of a character through dividing a category of a local story into four things is developed with 5 stages in exploration, classification, composition, trimming and sharing. It selected Suwon in Suwon city's character as the research subject, divided the story resource of Suwon city into a fictional type and a real type, proposed the convergent

국문초록

본 연구는 지자체 캐릭터에 지역의 이야기 자원을 활용한 융합 스토리텔링의 가능성을 모색하기 위하여 진행되었다. 연구의 범위는 서울, 경기 지자체 캐릭터 47개를 대상으로 연구를 진행하였으며 지역 이야기 자원 스토리텔링 개발 사례는 수원시 수원이 캐릭터를 대상으로 하였다. 연구의 방법으로는 이론적 고찰은 문헌적 자료를 중심으로 연구를 진행하였으며 현황조사 및 지자체 캐릭터 관련 자료는 인터넷을 통한 D/B 검색과 홈페이지를 통하여 수집, 분석을 실시하였다.

서울, 경기 지역 각 지자체 캐릭터 47개를 대상으로 유형분류를 실시한 결과 인물형(17%), 상징형(36.2%), 동식물형이 46.8%로 가장 높게 나타났으며 유형별 소재로는 인물형은 역사인물, 지역설화를 소재로 동식물형은 지역의 대표 동물, 식물, 특산물을 소재로, 상징형은 인프라, 자연환경, 전통문화, 비전, 기타를 활용하

여 제작되었다. 자자체 캐릭터의 OSMU 활용 실태는 축제, 조형물, 기념품 및 특산물, 테마파크 등에 활용되고 있으나 지역행사 외에 웹툰(4.3%), SNS 활용(8.5%), 애니메이션(6.4%) 등 확장된 자자체 캐릭터의 OSMU 활용범위는 미비한 것으로 조사되었다.

지자체 캐릭터와 지역 활성화를 위하여 캐릭터를 활용한 지역자원 스토리텔링 개발은 지역 이야기 자원의 '발견', '보존', '확장', '창조'에서 출발하여 1차 스토리텔링을 바탕으로 지자체 캐릭터와 목적에 의하여 지역 이야기를 변용시키는 2차 스토리텔링의 확장성, 이야기의 창조적 재구성, 주체 간 상호작용성, 향유의 지속성의 과정을 통하여 개발될 수 있다. 지역 이야기의 범주를 네 가지로 구분하여 캐릭터를 활용한 스토리텔링의 이야기 발굴 및 자원화 개발과정은 탐색, 분류, 구성, 다듬기, 공유의 5단계로 진행된다. 수원시 캐릭터 수원을 연구대상으로 선정하여 수원시 이야기 자원을 허구형과 실재형으로 구분, 융합 스토리텔링 모델을 제안하고 스토리텔링 개발 프로세스를 정리하였다. 지역 이야기 자원을 활용한 융합 스토리텔링은 침체된 지자체 캐릭터에 새로운 대안이 될 것으로 기대한다.

Key Words

Local-government Character(지방자치단체 캐릭터) Storytelling(스토리텔링), Analysis on Types(유형 분석), Regional Story Resources(지역 자원)

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

지방자치단체(이하 지자체)의 캐릭터(Character) 도입의 목적은 차별화된 지역의 이미지를 구축하고 타 지역과의 경쟁에서 비교우위를 확보하기 위해서이다.¹⁾ 지역 정서가 포함되어진 캐릭터는 지역이미지를 부각시키고 지역의 특산물, 관광산업 등에 활용하여 부가가치를 높이고 지역발전을 창출해나가는 홍보에 활용하고자 제작되어왔다. 그러나 현재 지자체 캐릭터는 기대에 미치지 못하는 지역주민의 인식과 활용, 오늘날 디지털 미디어 환경에서의 마케팅 및 관리가 뒷받침되지 못하여 각 지역별로 다양한 소재의 캐릭터로 부가가치를 높일 수 있는 충분한 가능성이 있음에도 불구하고 활용이 미진한 상황이다. 과거 캐릭터의 역할은 스토리텔링(Storytelling)의 주인공으로서 커뮤니케이션 수단으로 인식되어 왔으나, 최근 캐릭터에 스토리텔링을 접목하여 영역을 확장해나감에 캐릭터가 콘텐츠 산업의 핵심 요인이 되고 있다.

오늘날 콘텐츠를 언급할 때 스토리텔링은 콘텐츠와 한 몸인 것처럼 움직인다. 기획 개발 측면에서 콘텐츠를 기획하고 제작하는데 스토리텔링은 내용(Story)과 형식(Telling)을 아우르기 때문에 스토리 자체는 보편적이라 할지라도 스토리를 들려주는 방식은 기술의 발전에 따라 변하기 마련이며, 새로운 형태의 전개 방식이 부상한다.²⁾ 디지털 기술과 정보통신의 발전으로 캐릭터의 지속성은 스토리텔링에 의하여 어떻게 구축되는가에 달려 있으며 캐릭터 원형은 스토리를 풀어내는 주제적 존재로 원형을 중심으로 개발된 스토리들이 다양한 미디어를 통해 재탄생되어진다.³⁾ 따라서 캐릭터는 애니메이션, 게임 등 다양한 콘텐츠와 융·복합하여 그 영역을 넓히는 대표적인 OSMU 장르라는 점에서 더욱 기대되는 산업으로 정부기관, 지자체에서도 다양한 공공캐릭터를 개발하는 것은 이러한 캐릭터의 가능성 때문이다. 그동안 지자체 캐릭터 관련 선행연구는 활발하게 진행되어왔으나 대부분 캐릭터디자인 관련 연구로 조형성⁴⁾, 소재와 그래픽 표현⁵⁾⁶⁾, 활용전략⁷⁾⁸⁾, 디자인 개발연구⁹⁾¹⁰⁾ 중심으로 연구되어져왔다.

이에 본 연구는 스토리텔링이 이야기를 확장하고 창조적으로 재구성하며 주체 간 상호작용성과 향유를 지속시키는 특징에 주목하여 서울, 경기 지자체 캐릭터를 중심으로 지역 이야기 자원을 캐릭터와 유기적으로 결합하여 지역주민과 소비자의 감성에 호소할 수 있도록 OSMU¹¹⁾로 활용될 수 있는 콘텐츠로서 스토리텔링의 가능성을 탐색하고 그 활용방안을 모색하는 것을 목적으로 한다. 지자체 캐릭터를 활용한 스토리텔링을 통한 콘텐츠 개발은 몇 개의 지역을 제외하고 실용가능성을 상실한 지자체 캐릭터에 활용과 개발을 촉진하고 고부가가치 산업으로 확장하는데 도움이 될 것으로 기대된다.

1.2. 연구범위와 방법

문화관광부가 2005년 세계 3위의 캐릭터 산업국 진입의 중장기 발전목표¹²⁾ 이후 국내 지방자치단체는 지역에 맞는 다양한 캐릭터 개발을 지속적으로 시도함으로써 지자체 캐릭터는 새롭게 개발되기도 하고 수정, 보완, 다른 캐릭터로 교체되기도 하면서 변화되어왔다. 이에 본 연구는 2018년도 1월 기준 가장 많은 캐릭터를 보유한 서울, 경기지역 시, 구, 군의 47개 메인 캐릭터를 대상으로 연구를 진행하였으며 스토리텔링 연구를 위하여 다음과 같은 과정을 통하여 융합 스토리텔링 핵심 요소를 도출하였다. 첫째, 자료조사를 통하여 캐릭터의 유형 및 소재분석, OSMU 활용실태 분석 둘째, 서울, 경기 지자체의 대표적인 스토리텔링 사례

의 유형별 핵심요인들을 키워드로 도출, 셋째, 지역 이야기 자원의 핵심요인들을 분류하여 캐릭터를 중심으로 세 가지 유형의 스토리텔링을 제안하고 수원시 캐릭터 수원을 대상으로 지역 이야기 자원 활용 융합 스토리텔링 개발사례를 진행하여 OSMU의 활용가능성을 제시하고자 한다.

연구의 방법으로는 이론적 고찰을 위하여 현재까지 발표된 국내·외 논문, 학술지, 전문서적, 간행물 등 문헌적 자료를 중심으로 연구를 진행하였다. 국내 현황조사 관련 자료는 주로 인터넷을 통한 D/B 검색을 활용하였으며 분석을 위한 서울, 경기 지자체 캐릭터 관련 자료는 각 지자체 홈페이지 및 인터넷 DB를 통하여 수집, 분석을 실시하였다.

II. 이론적 배경

II.1. 지자체 캐릭터의 이론적 고찰

지자체 캐릭터를 이해를 위하여 먼저 캐릭터의 개념을 살펴보면 캐릭터는 일정한 특징이나 성격이 강하게 나타나는 대상을 모두 포함한다. 캐릭터란 특정 범위로 되어있는 시각 표현으로서 그 자체가 특이한 성격을 지닌 시각적 상징물이며 별도로 존재하거나 기업, 단체, 제품, 서비스, 이벤트 등 다른 대상을 나타내기 위해 창조된 형태라고 할 수 있다.¹³⁾ 따라서 캐릭터는 개성적이고 독특하게 특징이 나타나 있어야 하며 명확한 컨셉을 갖고 있어야 한다. 지자체 캐릭터는 기관이나 지역의 특성을 반영 개발하여 공익 목적의 특성을 지니며 기관이나 지역의 아이덴티티를 확립하고 상징적 요소를 활용하고자 주로 개발된다.¹⁴⁾ 지자체의 캐릭터는 ‘공익’을 목적으로 디자인 개발 시 아이덴티티 확립과 감성적 커뮤니케이션이 필요하다. 이 두 가지 기능을 잘 수행할 수 있도록 상징성, 대중성, 친근감과 같은 구성요소를 중심으로 캐릭터를 개발한다.¹⁵⁾ 지자체 캐릭터는 지역의 대표적 이미지를 상징화하여 비전과 의지를 표현하고 이를 친근하게 전달하는 목적으로 캐릭터를 디자인하며, 또한 지역주민의 자긍심과 일체감을 고취하고자 캐릭터를 디자인한다. 지자체 캐릭터는 지역이 지니고 있는 미래지향적인 미래상, 비전을 상징하고 지역 주민의 일체감을 고취하며 지역주민 및 대중에게 친근감을 주기도 하지만 중요한 기능으로 지역의 전통과 문화를 대표할 만한 상징적 이미지의 필요에 의하여 캐릭터를 개발한다.¹⁶⁾ 현재 지자체 캐릭터는 각 지자체의 CI 디자인 통합 매뉴얼의 한 요소로서 개발되고 있다. 그러나 현재 각 지자체의 캐릭터들은 활용도가 낮으며 그 이유는 다음과 같다. 첫

째, 캐릭터 기획과 전문성 부족. 둘째, 임기제 단체장들의 홍보수단으로 장기간의 효과를 지닌 캐릭터 보다는 CI와 BI를 먼저 선호하며 CI, BI를 캐릭터와 동일한 개념으로 인식. 셋째, 이미지만 있고 스토리가 없는 캐릭터로 스토리텔링의 부재. 넷째, 개발 이후의 캐릭터 관리부족 등의 이유이다.¹⁷⁾

II.2. 스토리텔링의 개념

스토리텔링은 ‘스토리(story) + 텔링(telling)’의 합성어로서 말 그대로 ‘이야기하다’라는 의미를 지닌다. 즉 상대방에게 알리고자 하는 바를 재미있고 생생한 이야기로 설득력 있게 전달하는 행위이다.¹⁸⁾ 스토리텔링은 다양한 문화콘텐츠를 기획, 창작, 성장시키기 위한 핵심요소로써 그 중요성이 부각되고 있으며 이러한 맥락에서 지자체의 이미지나 상품, 캐릭터 등의 부가가치를 높이고 수명을 연장하기 위해 내재된 스토리를 발굴하고 확장하는 작업은 문화적, 산업적, 경제적인 측면 모두에서 더욱 중요하게 요구되고 있다.

스토리텔링을 활용한 마케팅은 감성마케팅의 큰 범주에 속하며 초기에는 이야기가 담긴 마케팅으로 등장하여 광고문구의 하나로 활용되었다. 예를 들면 유적지에서는 유적과 관련된 역사를 발굴하여 그 이야기를 이용해 홍보를 하였고, 놀이공원은 설계단계에서부터 이야기가 있는 테마공원으로 꾸며지는 등의 경우였다.¹⁹⁾ 하지만 디지털 시대 매체의 힘이 커지면서 그 영역을 넓혀갔으며 특히 인터넷이라고 하는 인터랙티브한 미디어는 스토리텔링 마케팅 확장에 지대한 영향을 미치게 되었고 인터넷 커뮤니티, 블로그, 웹사이트, 모바일 등 다양한 방법으로 구현되고 있다. 디지털미디어 시대 스토리텔링의 특징과 마케팅의 핵심요소는 유연성, 보편성, 상호교환성, 재창조성, 복합성, 파급성으로 정리될 수 있으며 정보이용자의 참여를 유도하고 공유, 개방의 형태로 발전되고 있다.²⁰⁾

III. 지자체 캐릭터 스토리텔링

III.1. 지자체 캐릭터 현황

지자체 캐릭터는 1991년 지방의회의원선거 이후 지자체의 홍보와 타 지방 자치단체와의 경쟁력을 갖추기 위해 캐릭터 도입이 시작되었다. 1997년 이후 우리나라의 캐릭터와 관련 사업은 하나의 사회적 이슈로 그 의식이 제고되고 활성화되었다.²¹⁾ 행정조직인 지자체에 있어서도 아이덴티티 구현과 캐릭터 및 캐릭터관련 산업의 실용적, 경제적 효용을 목적으로 캐릭터를 개

발, 제정하고 캐릭터를 활용한 사업을 시작하였거나 추진하였다. 각 지자체는 지역을 대표할 만한 유·무형 자산인 전통인물, 천연기념물, 생산품 등을 캐릭터로 만들어 홍보와 수익 사업을 동시에 전개하고 있다. 현재 227개 지자체 가운데 캐릭터를 보유한 지자체는 214개로 보유율이 88%에 달한다.²²⁾ 서울특별시에서 보유하고 있는 캐릭터 현황을 살펴보면 서울특별시는 총 25개 기초자치단체가 있고 이 중에서 16개에서 캐릭터를 개발하여 보유율이 64%로 조사되었으며 경기도 기초자치단체의 캐릭터 개발 현황은 31개 중 파주시를 제외한 30개 기초자치단체에서 캐릭터를 개발, 보유율을 97%로 경기도가 가장 많은 캐릭터를 개발하여 사용하고 있는 지역으로 나타났다.²³⁾ 그러나 캐릭터 도입의 높은 보유율에 비해 캐릭터의 활용은 낮은 편으로 조사되었다.²⁴⁾

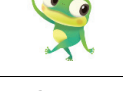
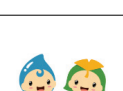
III.2. 지자체 캐릭터 유형분류

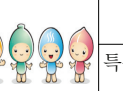
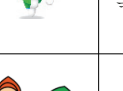
캐릭터는 무생물이나 동물, 식물 등을 실재하거나 상상하고 있던 행동을 행하도록 함으로써 의인화하여 표현하려는 경향을 이르는 말이다.²⁵⁾ 이에 본 연구는 지자체 캐릭터 관련 기존 문헌을 중심으로 다양한 분류체계의 유형에 대한 범위를 구분하고 캐릭터 명과 소재를 조사, 정리하였다. 지자체 캐릭터의 유형을 분류하는 이유는 각각의 캐릭터에 아이덴티티를 명확하게 부여함으로써 스토리텔링을 만드는 가이드라인으로 활용하기 위함이며 캐릭터를 가장 활발히 활용하고 있는 서울특별시와 가장 많은 캐릭터 보유율로 조사된 경기도를 중심으로 각 지자체 캐릭터 47개를 대상으로 유형분류를 실시하였다.(Table 1 참고)

Table 1. 서울, 경기 지자체 캐릭터 유형분류

자치단체명	캐릭터 명 (활용기간)	캐릭터	유형
			소재
서울특별시	서울	해치 (2009~현재)	동·식물형
			전설의 동물 해태
	강동구	강동이, 강동미 (2000~현재)	인물형
			남, 너 강동구민
	강서구	새로미 (2016~현재)	동·식물형
			까치산의 까치
	금천구	금나래 (2008~현재)	상징형
			로봇 요정

광진구	광이, 진이 (2000~현재)		인물형
			은달장군, 평강공주
도봉구	학, 꽃창포, 은행나무 (2013~현재)		동·식물형
			미래, 역사, 장수 상징
동대문구	꿈동이 (2012~현재)		상징형
			과거, 현재, 미래를 품은 꿈동이
동작구	로야, 로미 (2014~현재)		동·식물형
			노랑진외의원 백로
마포구	마포동이 (2004~현재)		상징형
			새천년 꿈은 이루어진다.
성동구	미소 (2015~현재)		동·식물형
			개나리, MISO (Mate in Seongdong)
송파구	솔이 (2006~현재)		인물형
			송파상대놀이 '상좌'
양천구	해누리 (2017~현재)		동·식물형
			구획인 해바라기 의인화
영등포구	영롱이 (2016~현재)		상징형
			젊고 활기찬 빛나는 영등포
은평구	파발이 (2004~현재)		동·식물형
			파발마
종로구	보신각종 (2001~현재)		상징형
			구의 상징인 '보신각종'을 형상화
중랑구	중랑이 (2001~현재)		동·식물형
			소망을 해결하는 배꽃요정
중구	하티 (2011~현재)		상징형
			'서울심장부 중구'를 하트, 고리로 표현
경기도	경기	블루링 (2006~현재)	상징형
			희망의 네트워크 경기도를 지구형상
	가평군	잣돌이 (2016~현재)	동·식물형
			특산물 잣을 모티브
	고양시	고양 고양이 (2013~현재)	동·식물형
			고양시에서 고양이의 의미전달
파천시	토리, 아리 (1999~현재)		동·식물형
			특산물 밤나무 열매

광명시	광이, 명이 (2014~현재)		상징형 광명시의 푸르름과 미래를 상징
광주시	그리니, 크리니 (2003~현재)		상징형 Green과 Clean 연상
구리시	아리미 (2010~현재)		상징형 유통, 친환경도시
군포시	화니 (2004~현재)		상징형 건강, 밝은 창의적인 도시의 시민을 표현
김포시	포수, 포미, 포지 (2015~현재)		상징형 운하의 도시 김포상징 물방울
남양주시	다산 (2007~현재)		인물형 다산 선생님의 고향 곧고 실천적 모습
동두천시	소람이, 요람이 (2014~현재)		동·식물형 소요산 다람쥐 한 쌍으로 근면성실
부천시	썸이 (2014~현재)		상징형 '부천썸' 손 동작은 바탕으로 제작
성남시	새남이, 새롱이 (2007~현재)		상징형 성남시 지도형상의 미래첨단 공간
수원시	수원이 (2016~현재)		동·식물 의인화형 수원청개구리를 통한 생태도시
시흥시	토로, 해로 (2013~현재)		동·식물형 거북이를 통해 서해안 중심도시
안산시	테크미 (2016~현재)		상징형 해양도시, 최첨단 미래산업도시
안성시	바우덕이 (2007~현재)		인물형 남사당 바우덕이 소녀
안양시	포동이 (2007~현재)		동·식물형 안양의 상징 포도
양주시	꾸미 (2015~현재)		상징형 꿈을 품은 아이(요정)
양평군	물사랑이, 행복이 (2008~현재)		동·식물형 청량한 '물방울'과 활기찬 '은행잎'

여주시	성군 세종대왕 (2016~현재)		인물형 세종대왕 고장으로 여주쌀 최고 상징
오산시	까산이, 까오 (2016~현재)		동·식물형 반포지호 상징 까마귀
용인시	철쭉 (2016~현재)		동·식물형 상징화 철쭉을 통한 미래소년이미지
의왕시	느티, 까비 (2007~현재)		동·식물형 느티나무와 까치의 뛰노는 모습
의정부시	의돌이 (2000~현재)		인물형 조선시대 정승 모습을 어린이이 형상
이천시	아리,도기,온이, 홍이 (2009~현재)		동·식물형 특산물 쌀과 도자기, 온천, 복숭아
평택시	평택이 (2017~현재)		상징형 미래비전과 녹색도시 평택을 상징적으로
포천시	오성과 한음 (2015~현재)		인물형 시의 명현으로 꿈과 희망을 주는 도령
하남시	은방울꽃 (2014~현재)		동·식물형 시화인 은방울 꽃에 백제민의 의복표현
화성시	코리요 (2014~현재)		동·식물형 공룡 코리아케라톱스 화성엔시스 이미지

출처: 마스크트/자자체 <https://namu.wiki> (2018.02.12)
서울, 경기 자치단체 각 홈페이지 참조

총 47개의 서울, 경기지역 지자체 캐릭터를 대상으로 유형분류 결과 지역의 대표적인 인물, 지역을 상징하는 동물이나 새, 식물 등을 형상화하여 조형적으로 의인화하여 표현하였으며 차별화된 인프라²⁶⁾ 또는 지역적 전통성과 타 지역과 차별화되는 상징성을 강조하여 캐릭터 디자인에 반영하여 지역의 긍지와 특성을 대중에게 알리고자 제작되어졌다. 유형별로 분류하여 정리하면 Table 2와 같다.

Table 2. 지자체 캐릭터 유형분석

유형	지자체	계(M)
인물형	강동구, 광진구, 송파구, 남양주시, 안성시, 여주시, 의정부시, 포천시	8 (17%)
동식물형	서울시, 강서구, 도봉구, 동작구, 성동구, 양천구, 은평구, 중랑구, 가평군, 과천시, 수원시, 시흥시, 안양시, 오산시 등	22 (46.8%)
상징형	동대문구, 마포구, 영등포구, 중구, 경기, 광명시, 광주시, 구리시, 군포시, 부천시, 영주시, 평택시, 종로구	17 (36.2%)

서울, 경기 지자체의 캐릭터 중 인물형은 광진구의 광이, 진이와 같이 광진구에 있는 아차산에서 전사한 고구려의 온달장군과 평강공주를 캐릭터화하여 지역과 관련된 대표적인 인물을 역사유적, 지역설화 등과 같이 활용되는 것으로 조사되었다. 지역의 구화인 해바라기(양천구), 개나리(성동구), 배꽃(중랑구), 느티나무(의왕시)를 활용하거나 파발마(은평구), 백로(동작구), 까치(강서구), 거북이(시흥시)와 같이 대표 동물을 활용하는 사례가 가장 높게 나타났다. 동식물형에는 특산물을 포함하여 구분되었다. 상징형은 미래첨단(성남시), 해양도시(안산시)와 같이 산업기반, 생활기반의 인프라를 캐릭터로 이미지화하여 표현한 캐릭터와 지역이 추구하는 이미지, 비전을 캐릭터를 통하여 연상될 수 있도록 개발한 유형으로 과거, 현재, 미래를 품은 꿈동이(동대문구), 새천년의 꿈(마포구), 젊고 활기찬 빛나는(영등포), 창의적인 도시(군포시) 등이 대표적인 상징형으로 구분될 수 있다. 또한 깨끗하고 녹색의 지역을 상징하는 광주시와 운하의 도시(김포시), 친환경 도시(구리시) 등이 자연환경을 상징적으로 표현하고 있다. 지자체 캐릭터의 유형별 소재를 구분하여 정리하면 Table 3과 같다.

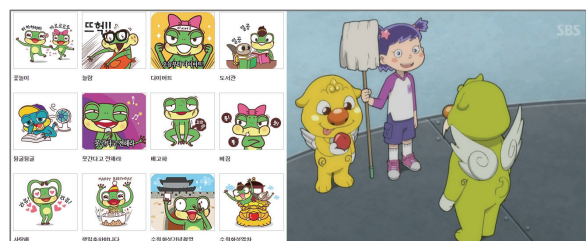
Table 3. 유형별 소재분석

유형	소재 구분	지자체
인물형	역사인물	의정부시, 포천시, 광진구, 남양주시, 여주시,
	지역설화	강동구, 송파구, 안성시
동식물형	대표 동물	서울시, 강서구, 도봉구, 동작구, 은평구, 고양시, 동두천시, 시흥시, 오산시, 화성시, 수원시
	대표 식물	성동구, 양천구, 중랑구, 용인시, 위왕시, 하남시, 도봉구
	특산물	안양시, 이천시, 과천시, 가평군
상징형	인프라	성남시, 안산시, 경기
	자연환경	김포시, 양평군, 광주시, 구리시
	전통문화	종로구
	비전	동대문구, 마포구, 영등포, 광명시, 군포시, 평택시
	기타	양주시, 부천시, 중구

III.3. 지자체 캐릭터의 OSMU의 활용실태

캐릭터에서 OSMU(One Source Multi Use)란 캐릭터 콘텐츠를 바탕으로 하여 다양한 장르 및 미디어에서 활용하는 사례를 지칭하는 용어로 이 용어가 주목하는 부분은 하나의 소스가 얼마나 다양하게 사용되는가와 관련된다. OSMU는 아날로그에서 디지털로 시대가 변화함에 따라 기존의 고유한 생산 및 소비체계가 융합되거나 유기적 연관성이 커지게 되는 현상을 강조한다.²⁷⁾ 지자체 캐릭터는 문화콘텐츠 차원의 OSMU이 될 수 있으며 잠재적 가능성이 높은 원천 콘텐츠로 활용될 수 있다.

일반 기업체의 경우 캐릭터 개발 시 캐릭터 디자인, 스토리텔링 구성, 영화나 드라마, 애니메이션 등에 활용될 수 있는 OSMU 연계성 확보에 많은 예산과 인력을 투입해 기획한다. 그러나 대부분 지자체 캐릭터들은 활용도가 낮으며 OSMU 측면에서도 한계를 가지고 있다. 지자체 캐릭터를 지속적으로 발전시키기 위해서는 스토리텔링의 필요성과 OSMU로서의 가치와 장기적으로 생명력 있는 캐릭터로 활용되는 것이 중요하다. 지자체의 OSMU 활용 실태는 웹툰, 애니메이션, 축제, 조형물, 기념품 및 특산물 포장, 테마파크, 이모티콘을 포함하여 SNS 등에서 활용되고 있었다. 서울 경기지역 캐릭터 중 애니메이션을 제작한 지자체는 화성시, 군포시, 서울시이며, 성남시, 수원시는 웹툰을 제작하여 일반인들의 관심을 유도하고 있다. 2009년 SBS가 서울의 상징인 ‘해치’를 TV 애니메이션으로 제작, 방송하였으며, 최근 화성시는 공룡캐릭터 ‘화성엔시스’를 활용한 3D 애니메이션을 제작하여 ‘꾸러기 케라톱스 코리요’ 타이틀로 2014년 KBS2 TV방영하였다.²⁸⁾ 김포시는 SNS 캐릭터 ‘포수, 포미, 포치’를 개발하여 페이스북 이미지로 활용하였으며 수원시의 캐릭터 ‘수원이’는 웹툰에 이어 카카오톡 이모티콘으로 제작 배포되어 모바일 메신저 사용자에게 많은 인기를 끌었다.(Fig. 1 참조)



출처: <http://www.suwon.go.kr/sw-www/www05/www05-03/>
<http://gall.dcinside.com/board/view/> (2018.4.02)

Fig. 1. 수원이 SNS 이모티콘 / 해치 TV 애니메이션

서울, 경기지역 중 고양시의 고양고양이, 화성시의 코리요, 서울시의 해치, 부천시의 부천햄집 등 몇몇의 지자체는 적극적으로 캐릭터를 활용하여 OSMU로 새로운 부가가치를 창출하는 사례가 증가하고 있으나 대부분 지역행사 외에 확장된 지자체 캐릭터의 OSMU의 활용범위는 미비한 것으로 조사되었다. Table 1의 서울, 경기지역 지자체 캐릭터를 중심으로 캐릭터 OSMU를 조사하여 빈도 분석한 결과 Table 4와 같이 나타났다.

Table 4. 서울, 경기지역 지자체 캐릭터 OSMU 실태

OSMU 범위	빈도	지자체
웹툰	2(4.3%)	성남시, 수원시
SNS 활용	4(8.5%)	고양시, 수원시, 김포시, 부천시
애니메이션	3(6.4%)	서울시, 화성시, 군포시

IV. 지자체 캐릭터를 활용한 스토리텔링 개발

IV.1. 지자체 캐릭터와 지역자원 스토리텔링

2000년대 초반까지 유행처럼 번진 지자체 상징 캐릭터 개발은 시화나 로고처럼 예산이 들어간 콘텐츠이지만 대부분 유명무실로 지역주민조차 기억 못하는 경우가 대부분이다. 특히 지자체 캐릭터의 경우 문화유적이나 지역별 홍보요소가 다양한 것에 비해 개발 면에서 부실하여 특산품을 의인화하는 등 눈에 익은 콘텐츠를 재사용하면서 지역주민에게 식상함만 안겨줬다. 가장 큰 문제는 캐릭터에 생명을 불어넣을 스토리텔링의 부재이며 교훈, 역사성은 강조됐지만 재미는 결여되어있다.²⁹⁾

스토리텔링은 이야기의 원형을 어떻게 가공하느냐에 따라 유형을 구분해 설명할 수 있으며 지자체에서 수행되는 스토리텔링은 지역의 지리적, 역사적, 사회적 환경을 바탕으로 다양한 원형적(Archetypal) 이야기들을 어떻게 가공하는가에 따라 단계별로 유형을 구분할 수 있다. 여기서 원형적 이야기란 스토리텔링의 지표, 근본의 단계라고 할 수 있는 이야기의 소재와 같으며 본 연구에서는 캐릭터의 개발 소재라고 할 수 있다. 원형적 이야기가 완성된 캐릭터의 형태로 구현된 것을 1차 스토리텔링이라고 하며 1차 스토리텔링을 바탕으로 어떤 특정한 대상과 목적에 의거하여 다양한 매체를 통하여 이야기를 변용시키는 과정을 2차 스토리텔링이라고 한다. 이러한 과정은 스토리텔링의 이야기의 확장성, 이야기의 창조적 재구성, 주제 간 상호작용성, 향유의 지속성이라는 특징과 관련을 가진다.³⁰⁾

지자체의 지역자산 스토리텔링은 이야기 자원을 스토리텔링의 과정을 통해 주민의 애착을 고취시키고 지역의 매력을 높이는데 활용될 수 있으며 지역에 대한 서로의 상상력과 감성을 공유할 수 있도록 제반 환경을 조성하는 것이라고 할 수 있다. 지역자산은 지역의 긍정적 요소와 유·무형의 자원, 구성원들의 재능, 사회적 연결망, 물리적, 경제적 자원 등을 포함하는 개념으로 자연적(자연적/환경적), 구조적(공간적/시설적), 문화적(역사적/관광적), 사회적(인적/이미지), 경제적(기업체/노동력/생산물) 자산으로 세분화되어 구분될 수 있다.³¹⁾ 캐릭터를 활용한 지역자산 스토리텔링은 지역의 이야기 자원을 어떻게 발굴, 정리, 활용할 수 있는가에 따라서 다음의 단계로 구분하여 살펴볼 수 있다.³²⁾

1. 이야기 자원 ‘발견’

지역의 이야기 자원을 발견한다는 것을 아직 알려지거나 찾아내지 못한 지역자신의 이야기 자원을 찾아내거나 지역자원 스토리텔링으로서 활용할 수 있는 기존의 이야기 자원을 선택하는 뜻하며 탐색의 단계라고 할 수 있다.

2. 이야기 자원의 ‘보존’

이야기 자원의 보존이란 수용의 단계로 지역에서 상징적 가치를 인정받는 이야기 자원들이 후세에도 전달될 수 있도록 훼손되지 않도록 돌봐야 한다는 것이다. 또한 탐색하여 발견한 지역의 이야기 자원들을 온전히 인정하고 받아들이는 것과 기존 이야기 자원들의 훼손된 가치를 복구한다는 의미까지 포함하고 있다.

3. 이야기 자원의 ‘확장’

지역의 이야기 자원의 확장 개념은 응용의 단계로 지역의 이야기 자원을 적극적으로 보존한다는 의미와 더불어 상충될 수 있는 과거와 현대의 가치 체계를 조정한다는 의미도 포함하고 있다. 확장된 지역의 이야기 자원은 본래의 의미가 현대적으로 재해석된 것, 스토리텔링 주체의 문화적 요구지점을 수렴한 결과이다.

4. 이야기 자원의 ‘창조’

이야기 자원의 창조는 지역의 이야기 자원에 내포된 가치와 의미를 바탕으로 현대적으로 소구할 수 있는 새로운 문화적 의미를 만들어내는 것을 뜻하는 변용의 단계로 지역의 이야기 자원을 사회의 여건과 매체 환경적 상황에 따라 적절하게 변화시켜 지역의 새로운 가치를 창출하는 것을 의미한다.³³⁾

지역자산의 스토리텔링 과정은 지역의 이야기 자원에 대한 지속적인 관심과 심층적인 이해를 토대로 스

토리텔링은 탐색단계에서 수용, 응용, 변용단계로 진행되며 캐릭터를 콘텐츠로 활용범위를 넓히기 위하여 지역의 이야기 자원과의 결합을 통하여 다양성을 증진하고 접근성을 향상시킬 수 있다. 지역의 이야기 자원은 전설이나 민담처럼 실제로 존재하거나, 상상력을 통해 일정한 서사구조를 갖추거나 지역주민들의 삶과 밀접한 관련이 있는 이야기, 추구하는 비전 등이 특정한 맥락의 이야기로 엮어질 때 지역주민의 마음속에 각인되어 오랫동안 생명력을 발휘한다. 따라서 캐릭터와 관련된 지역 이야기 자원을 스토리텔링화하기 위해서는 이야기를 개념화하여 이야기의 발화하는 부분의 의미맥락을 분석하여 네 가지 범주로 구분해볼 수 있다.³⁴⁾³⁵⁾ 네 가지 범주는 캐릭터를 활용한 스토리텔링 개발의 이야기를 구분하는 주요한 잣대가 될 수 있으며 지역 자산의 이야기 자원의 결합을 통하여 스토리텔링으로 개발될 수 있다.(Table 5 참조) 특정한 맥락으로 묶일 수 있는 줄거리와 전승력 있는 서사적 줄거리는 허구(Fiction)+실재(Non-Fiction) 이야기에 각각 포함될 수 있으나 세분화하여 정의하였다. 예를 들어 전 세계적으로 흥행에 성공한 ‘해리포터’나 ‘반지의 제왕’, ‘몬스터 주식회사’ 등은 분명한 로마 신화나 그리스 신화 등 서양적 원형 및 고유성을 지닌 허구적인 줄거리에 광의의 이야기 범주라고 할 수 있다.

Table 5. 지역 이야기의 범주 구분

정의	범주	지역 이야기 자원
특정한 맥락으로 묶일 수 있는 줄거리	광의의 이야기	-역사(기록/건축/종교/인물/선사/산업)
전승력 있는 서사적 줄거리	경험담(설화)+민담류+전설류	-문화(문화유산/예술)
허구적인 줄거리	민담류+전설류	-자연(자연물/지역형성)
실재 근거 있는 줄거리	전설류+경험담(설화)	-인적(주민/공공단체)
		-경제(기반시설/특산물)
		-관광(자연/문화/산업/위락)

출처: 연구자 재구성

IV.2. 지역 이야기 자원 스토리텔링 개발

현재까지 미디어 융합의 사례는 많았으나 콘텐츠의 융합은 정해진 프로세스나 사례연구의 모델 및 심도있는 관련 연구가 미흡한 실정이다. 하지만 관점을 달리 하면 콘텐츠 중심의 융합은 결국 스토리텔링의 차원에서 논하여질 수 있다. 지자체 캐릭터를 활용한 지역자원 스토리텔링은 플랫폼이 다양해져가는 디지털미디어 시대 지자체 캐릭터의 소재를 통한 고유의 가치나 의미의 단편적 스토리텔링에 수용, 확장, 변용된 형태의 지역 이야기 자원 스토리텔링 융합을 통한 플랫폼을

구축함으로써 지자체 캐릭터의 가치를 재창조, 증대하고 궁극적으로 활용가능성을 확보하고자 한다. 이와 같은 과정의 스토리텔링을 위해서는 캐릭터에 지역 이야기 자원을 수용, 응용, 변용할 경우, 이야기 자원 속성 구분을 통하여 핵심요소의 도출이 중요하다. 이야기 자원은 Table 5와 같이 구분될 수 있으며 구분에 따른 융합 스토리텔링의 이야기 발굴 및 자원화 개발 과정은 5단계³⁶⁾로 진행될 수 있다.(Table 6 참조)

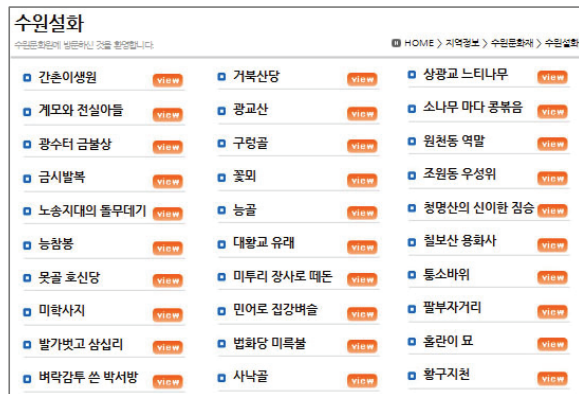
Table 6. 캐릭터 활용 스토리텔링 개발 5단계

단계	구분	내 용
1단계	탐색	이야기 조사, 발굴 과정. 융합 가능 소재, 모티브 자료 수집
2단계	분류	수집 자료를 캐릭터 스토리텔링 목적의 연관성을 고려하여 선별
3단계	구성	주요 스토리 및 컨셉 설정, 이야기 가공
4단계	다듬기	캐릭터와 이야기 자원을 활용하여 새로운 이야기 가공 감수
5단계	공유	이야기 전달 전략 수립, 이야기 전달을 통한 지속적인 의미 작용

출처: 연구자 재구성

캐릭터 활용 스토리텔링을 위하여 캐릭터를 중심으로 스토리텔링 목적의 연관성을 고려하여 소재를 선별하고 이야기 요소를 구체화하여 융합 스토리텔링 모델을 개발한다. 2016년 경기도 수원시의 멸종위기 야생 동식물 1급 수원청개구리를 소재로 시를 대표하는 캐릭터로 개발된 수원이를 대상으로 지역자원 스토리텔링 개발의 사례연구를 진행하고자 한다. 아름다운 자연과 역사가 숨 쉬는 수원시의 이야기 자원 중 지역설화를 지자체 캐릭터 수원이와의 스토리텔링을 개발하기 위하여 지역설화의 이야기 조사 발굴과정을 통하여 활용 가능한 소재를 자료수집한다. 지역의 설화는 자연적 요소와 인문적 요소를 포함하고 있음은 물론 지역의 시대적인 요소까지도 내포하고 있다. 수원설화(Fig. 2 참조)의 이야기 자원의 분류와 분석을 토대로 수원이와의 창의적으로 융합 가능한 스토리텔링 연관성을 고려하여 선별한다. 수원의 설화는 지명, 연애, 인물, 신앙, 동식물, 풍수 등 신화, 전설, 민담과 같은 구전되어 내려오는 옛이야기를 수집 정리한 것이다.

수원설화 이야기 자원은 스토리의 활용에 따라 허구형과 실재형으로 구분되어 스토리텔링화 될 수 있다. 실재형은 수원설화의 기존 스토리를 그대로 활용하여 캐릭터 수원이가 1, 2인칭 화자가 되어 소개하는 방식으로 개발될 수 있으며 허구형은 설화 이야기의 모티브를 중심으로 캐릭터 수원이와의 이야기를 새롭게 창



출처: http://www.suwonsarang.com/mp09_area/suwon (2018.3.05)

Fig. 2. 수원시 수원설화

조, 구성하여 스토리텔링화 한다. 이 두 가지 유형을 통하여 캐릭터 수원을 주제로 수원설화가 활용되는 형식으로 다양하게 확장 가능한 스토리로 스토리텔링 될 수 있다. 이미 수원이 패밀리를 활용하여 일상생활에서 일어날 수 있는 재미있는 실재형 웹툰이 제작되어 있으며 그 외에 컬러링 엽서를 통하여 수원시 명소 등 자원과 결합되어 활용되고 있다. 캐릭터를 활용한 스토리텔링은 재미와 감동, 수원시만의 설화 이야기 자원을 활용하였으므로 수원시 주민이 공감할 수 있는 가치를 가질 수 있도록 개발되어야 한다. 허구형과 실재형에 있어서 창조적 이야기 과정을 통한 캐릭터를 활용한 융합 스토리텔링은 발단, 전개, 위기, 절정, 결말의 순으로 구성하여 스토리텔링화할 수 있으며, 각 단계에 따라 사건에 캐릭터 수원을 통하여 사건의 인과관계를 조율할 수 있다.(Fig. 3 참조)

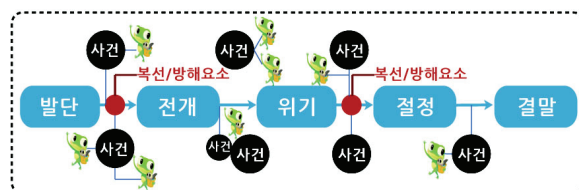


Fig. 3. 수원이 캐릭터를 활용한 융합 스토리텔링 모델

효과적인 스토리텔링을 위해서는 상황이나 목적에 따라 일반적인 내러티브 구조를 벗어나 독특하고 재미있는 형태로 구성하여 관심을 일으킬 수 있도록 해야 한다. 따라서 이야기를 구성하는 메시지, 갈등, 등장인물, 플롯의 4가지 핵심요소³⁷⁾를 갖춰 탄탄한 스토리텔링이 될 수 있도록 구성하며 무엇보다 중요한 것은 어떤 스토리텔링 유형을 선택하든 지역주민과 그 외의 사람들이 관심을 갖고 매력을 느낄 수 있도록 개발되어야 한다는 것이다. 수원이 캐릭터를 활용한 스토리

텔링은 캐릭터에 지속적인 생명력을 불려 넣고 지역 이야기 자원을 지역주민에게 알리는 커뮤니케이션 전략이지만 궁극적 목표는 '스토리 문화'를 창출하는 것이라고 할 수 있다. 캐릭터 수원을 활용한 스토리텔링 개발 프로세스를 정리하면 Fig. 4와 같다. 캐릭터 수원을 통하여 수원시의 이야기 자원을 발굴하고 자원화하여 지속적으로 유지할 수 있도록 융합 스토리텔링을 다양한 연관 산업에 OSMU로 활용 가능하도록 연계시킨다. 수원이 캐릭터 브랜드 확산을 위한 장기적인 캐릭터 지원과 OSMU 기획을 통하여 지역경제 발전과 수원지역에 대한 자긍심 고취, 시민화합 등 지역 경쟁력을 강화하고 부가가치를 높일 수 있다.

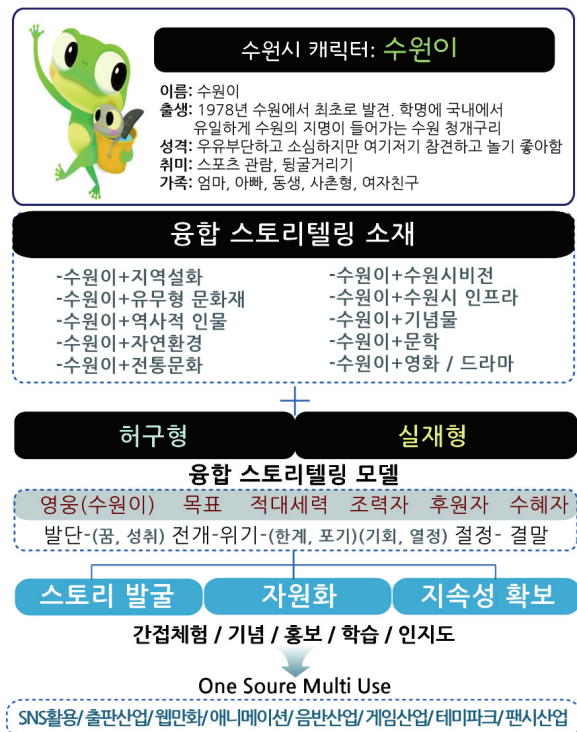


Fig. 4. 수원이 활용 스토리텔링 개발 프로세스

V. 결론

본 연구는 활용도가 낮고 스토리텔링의 부재로 인하여 OSMU 측면에서도 한계를 가지고 있는 지자체 캐릭터에 지역의 이야기 자원을 활용한 융합 스토리텔링의 가능성을 모색하기 위하여 진행되었다.

서울, 경기 지역 각 지자체 캐릭터 47개를 대상으로 유형분류를 실시한 결과 인물형(17%), 상징형(36.2%), 동식물형이 46.8%로 가장 높게 나타났으며 유형별 소재로는 인물형은 역사인물, 지역설화를 소재로 동식물형은 지역의 대표 동물, 식물, 특산물을 소재로, 상징

형은 인프라, 자연환경, 전통문화, 비전, 기타를 활용하여 제작되었다. 자자체 캐릭터의 OSMU 활용 실태는 축제, 조형물, 기념품 및 특산물, 테마파크 등에 활용되고 있으나 지역행사 외에 웹툰(4.3%), SNS 활용(8.5%), 애니메이션(6.4%) 등 확장된 자자체 캐릭터의 OSMU 활용범위는 미비한 것으로 조사되었다.

지자체 캐릭터와 지역 활성화를 위하여 캐릭터를 활용한 지역자원 스토리텔링 개발은 지역 이야기 자원의 '발견', '보존', '확장', '창조'에서 출발하여 1차 스토리텔링을 바탕으로 지자체 캐릭터와 목적에 의하여 지역이야기를 변용시키는 2차 스토리텔링의 확장성, 이야기의 창조적 재구성, 주제 간 상호작용성, 향유의 지속성의 과정을 통하여 개발될 수 있다. 지역이야기의 범주를 네 가지로 구분하여 캐릭터를 활용한 스토리텔링의 이야기 발굴 및 자원화 개발과정은 탐색, 분류, 구성, 다듬기, 공유의 5단계로 진행된다. 수원시 캐릭터 수원이 중심이 되어 수원시 이야기 자원을 허구형과 실재형으로 구분하여 융합 스토리텔링 모델을 제안하고, 스토리텔링 개발 프로세스를 정리하였다. 지자체 캐릭터를 활용한 스토리텔링은 캐릭터에 지속적인 생명력을 불려 넣고 지역 이야기 자원을 지역주민에게 알리는 커뮤니케이션 전략이지만 궁극적 목표는 '스토리 문화'를 창출하는 것이라고 할 수 있다.

지난 20여 년간 수많은 지자체 캐릭터가 탄생과 쇠락을 반복해왔다. 지역에서 사랑받지 못하는 캐릭터가 외부에서 사랑받을 수는 없으며 지역 주민의 상징성과 정체성이 담긴 이야기가 있는 캐릭터일수록 공감대를 형성하고 생존 가능성은 높아진다. 따라서 지역 이야기 자원을 활용한 융합 스토리텔링은 침체된 지자체 캐릭터에 새로운 대안이 될 것으로 기대한다.

Reference

- [1] 금기용·박윤정, “서울시 스토리텔링 관광자원 마케팅 전략 연구”, 서울연구원 정책과제연구보고서, 2014.
- [2] 김광욱, “스토리텔링의 개념”, *겨레어문학*, 41(4), 2008.
- [3] 김창수, “인천시 스토리텔링 자원 및 활용 현황과 활성화 방안 연구”, 인천발전연구원, 2015.
- [4] 문희정, “지방자치단체의 캐릭터 활용에 관한 연구”, *한국문화관광학회*, 9(2), 2007.
- [5] 박현정, “전국에 나타난 지방자치단체의 캐릭터디자인에 관한 연구”, 조선대학교 석사학위논문, 2001.
- [6] 변민주, “콘텐츠산업의 흥행을 주도하는 캐릭터스토리”, *한국마케팅연구원*, 45(6), 2011.
- [7] 송보라, “지방자치단체 캐릭터디자인의 모티브와 그래픽 표현에 관한 연구”, *커뮤니케이션디자인학회*, 50, 2015.
- [8] 심우장, “네트워크 이론으로 본 구비설화 이야기관의 구

조와 특성”, 서울대학교 박사학위논문, 2006.

- [9] 유석호, “자치단체 캐릭터디자인 개발의 사례연구”, *한국일러스트학회*, 7, 2000.
- [10] 윤홍근, “지자체 캐릭터의 OSMU 활용방안”, *글로벌문화콘텐츠학회*, 28, 2017.
- [11] 이명희·이주민, “스토리텔링 기반의 온라인마케팅에 관한 연구”, *경영관리연구*, 4(2), 2011.
- [12] 이승영, “브랜드 콘텐츠에 있어서 웹 드라마의 스토리텔링에 관한 연구”, *한국디자인문화학회*, 23(3), 2017.
- [13] 이왕건 외 4인, “지역자산 활용형 도시재생 전략에 관한 연구”, 국토연구원, 2008.
- [14] 이윤수·이선교, “지방자치단체 캐릭터의 소재와 표현에 관한 연구”, *한국커뮤니케이션디자인학회*, 2, 1999.
- [15] 임태윤, “지방자치단체 캐릭터의 조형성과 활용에 관한 연구”, *한국디자인트렌드학회*, 8, 2003.
- [16] 정현원·한광식, “지방자치단체 캐릭터 분석 및 활용전략에 관한 연구”, *한국디자인학회*, 16(4), 2003.
- [17] 최영진, “캐릭터의 기초적 분석과 그 표현연구에 관한 연구”, *국민대학교 석사학위논문*, 1996.
- [18] 최신정, “지방자치단체 행사에 나타나는 캐릭터의 소재와 표현에 관한 분석”, *디지털디자인학회*, 9, 2004.
- [19] 한국콘텐츠진흥원, “모두 IP의 시대”, *코카포커스*, 17(2), 2017.
- [20] 허영화, “한국·일본 지방자치단체 캐릭터의 전통적 조형성에 따른 디자인 특성 비교분석 및 개발방안에 관한 연구”, *한양대학교 박사학위논문*, 2016.
- [21] N. Epley, A. Waytz, J.T. Cacioppo, “On Seeing Human: Tree-Facter Theory of Anthropomorphism”, *American Psychological Association*, 14(4), 2007.
- [22] <http://m.blog.naver.com/sindole01/> (2018.02.26)
- [23] <http://terms.naver.com/entry.nhn> (2018.02.27)
- [24] <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3385597&cid> (2018.02.20)
- [25] <http://m.blog.naver.com/sindole01/> (2018.02.26)
- [26] “공공캐릭터의 생존법칙”, http://www.kocca.kr/k_content/vol16/vol16_07 (2018.03.09)
- [27] http://www.suwonsarang.com/mp09_area/suwon (2018.3.05)
- [28] <http://www.suwon.go.kr/sw-www> (2018.4.02)
- [29] <http://gall.dcinside.com/board/view/> (2018.4.02)
- [30] <https://namu.wiki> (2018.02.12)
- [31] <http://www.hankyung.com/> (2018.02.21)

Endnote

- 1) 정현원·한광식, “지방자치단체 캐릭터 분석 및 활용전략에 관한 연구”, *한국디자인학회*, 16(4), p.139, 2003.
- 2) <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3385597&cid> (2018.02.20)

- 3) 변민주, “콘텐츠산업의 흥행을 주도하는 캐릭터스토리”, 한국마케팅연구원, 45(6), pp.50-52, 2011.
- 4) 임태윤, “지방자치단체 캐릭터의 조형성과 활용에 관한 연구”, 한국디자인트렌드학회, 8, pp.24-37, 2003.
- 5) 이윤수 · 이선교, “지방자치단체 캐릭터의 소재와 표현에 관한 연구”, 한국커뮤니케이션디자인학회, 2, pp.70-91, 1999.
- 6) 최진경, “지방자치단체 행사에 나타나는 캐릭터의 소재와 표현에 관한 분석”, 디지털디자인학연구, 9, pp.139-146, 2004.
- 7) 정현원 · 한광식, op.cit., pp.129-140.
- 8) 문희정, “지방자치단체의 캐릭터 활용에 관한 연구”, 한국문화관광학회, 9(2), pp.165-173, 2007.
- 9) 유석호, “자치단체 캐릭터디자인 개발의 사례연구”, 한국일러스트학회, 7, pp.97-115, 2000.
- 10) 허영화, “한국 · 일본 지방자치단체 캐릭터의 전통적 조형성에 따른 디자인 특성 비교분석 및 개발방안에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, pp.1-205, 2016.
- 11) OSMU(One Source Multi Use): 하나의 자원을 토대로 다양한 사용처를 개발해내는 것.
- 12) <http://www.hankyung.com/> (2018.02.21)
- 13) 최영진, “캐릭터의 기호적 분석과 그 표현연구에 관한 연구”, 국민대학교 석사학위논문, p.4, 1996.
- 14) 박현정, “전국에 나타난 지방자치단체의 캐릭터디자인에 관한 연구”, 조선대학교 석사학위논문, p.17, 2001.
- 15) 허영화, op.cit., p.16.
- 16) Ibid., pp.16-17.
- 17) <http://m.blog.naver.com/sindole01/> (2018.02.26)
- 18) <http://terms.naver.com/entry.nhn> (2018.02.27)
- 19) 이명희 · 이주민, “스토리텔링 기반의 온라인마케팅에 관한 연구”, 경영관리연구, 4(2), p.81, 2011.
- 20) Ibid., p.83.
- 21) 송보라, “지방자치단체 캐릭터디자인의 모티브와 그래픽 표현에 관한 연구”, 커뮤니케이션디자인학회, 50, p.116, 2015.
- 22) 허영화, op.cit., p.42.
- 23) Ibid., pp.44-45.
- 24) <http://m.blog.naver.com/sindole01/> (2018.02.26)
- 25) N. Epley. A. Waytz, J.T. Cacioppo, “On Seeing Human: Tree-Facter Theory of Anthropomorphism”, *American Psychological Association*, 14(4), p.11, 2007.
- 26) 인프라(Infrastructure): 생산이나 생활의 기반을 형성하는 중요한 구조물. 도로, 항만, 철도, 발전소, 통신 시설 따위의 산업 기반과 학교, 병원, 상수 · 하수 처리 따위의 생활 기반.
- 27) 한국콘텐츠진흥원, “모두 IP의 시대”, 코카포커스, 17(2), p.10, 2017.
- 28) 윤홍근, “지자체 캐릭터의 OSMU 활용방안”, 글로벌문화콘텐츠학회, 28, p.127, 2017.
- 29) “공공캐릭터의 생존법칙”, http://www.kocca.kr/k_content/vol16/vol16_07 (2018.03.09)
- 30) 김광옥, “스토리텔링의 개념”, *겨레어문학*, 41(4), pp.252-253, 2008.
- 31) 이왕건 외 4인, “지역자산 활용형 도시재생 전략에 관한 연구”, 국토연구원, p.46, 2008.
- 32) 김창수, “인천시 스토리텔링 자원 및 활용 현황과 활성화 방안 연구”, 인천발전연구원, pp.31-33, 2015.
- 33) Ibid.
- 34) 심우장, “네트워크 이론으로 본 구비설화 이야기관의 구조와 특성”, 서울대학교 박사학위논문, pp.24-38, 2006.
- 35) 김광옥, op.cit., pp.254-255.
- 36) 금기용 · 박윤정, “서울시 스토리텔링 관광자원 마케팅 전략 연구”, 서울연구원 정책과제연구보고서, pp.4-5, 2014.
- 37) 이승영, “브랜드 콘텐츠에 있어서 웹 드라마의 스토리텔링에 관한 연구”, 한국디자인문화학회, 23(3), p.574, 2017.