

## 전통복식을 소재로 한 캐릭터디자인 연구

종로구, 조선시대 의복과 복식을 중심으로

### A Study on Character Design Utilizing Traditional Costumes

Focusing on the Clothing and Attire of the Joseon Dynasty in Jongno-gu

주 저 자 : 김세웅 (Kim, Se Woong)      배화여자대학교 디지털콘텐츠디자인과 조교수

교 신 저 자 : 원종욱 (Won, Jong Wook)      배화여자대학교 디지털콘텐츠디자인과 조교수  
wju98@naver.com

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2025.3.722>

접수일 2025. 08. 18. / 심사완료일 2025. 08. 24. / 게재확정일 2025. 09. 08. / 게재일 2025. 09. 30.

## Abstract

This study aims to develop character designs for tourism and promotional use by reinterpreting the symbolic and structural elements of traditional Korean clothing and historical figures from the Joseon Dynasty. Joseon-era attire served not only as clothing but also as a visual system encoding social hierarchy, political authority, and cultural identity. Recognizing its symbolic potential, this study constructs a character series based on three primary archetypes—military officers, civil officials, and royal figures—and redesigns their traditional costumes (silhouettes, colors, patterns, accessories) through contemporary visual principles. The research methodology integrates precedent case analysis, current character design trend studies, and user-centered evaluations including surveys and interviews with stakeholders. The resulting character designs employ SD (super-deformed) proportions (approx. 1:3.5), a color scheme derived from traditional Obangsaek, and vectorized motifs to ensure clarity, versatility, and symbolic consistency across character groups. These designs are optimized for OSMU (One Source Multi Use) application in various formats, including cultural souvenirs, festival branding, public visuals, and digital media such as AR content. Rather than being limited to a specific region, the characters are designed to be culturally adaptable and applicable across multiple local contexts. This study contributes to the sustainable development of regional identity and cultural communication by presenting a scalable design model rooted in traditional symbolism and heritage visualization.

## Keyword

Character Design(캐릭터디자인), Traditional Attire(전통 복식), Cultural Representation(문화적 재현)

## 요약

본 연구는 조선시대의 전통 복식을 시각적 기초로 하여, 지역 문화콘텐츠로 활용 가능한 관광·홍보용 캐릭터디자인을 개발하는 데 목적이 있다. 조선시대 복식은 정치·사회적 위계와 상징 체계를 담고 있으며, 그 시각적 요소는 현대 디자인의 재해석을 통해 새로운 문화상품으로 확장될 수 있는 잠재력을 지닌다. 이에 본 연구에서는 조선시대 대표 복식 유형인 군영(무관), 문관, 왕실 인물, 기타 백성들의 복장을 중심으로 캐릭터군을 설정하고, 이들의 복식 구성요소(형태, 문양, 색채, 장신구)를 캐릭터일러스트로 재구성하였다. 연구는 선행사례 분석, 최신 캐릭터디자인 트렌드 조사, 사용자 및 이해관계자 대상 설문 및 인터뷰를 바탕으로 디자인 방향성을 도출하였으며, 캐릭터 시안은 SD 비례(약 1:3.5), 오방색 기반의 색채계획, 상징 문양의 벡터화, 계열별 스타일 일관성을 특징으로 한다. 개발된 캐릭터는 관광기념품, 문화행사 홍보물, 디지털 콘텐츠로 확장 가능한 OSMU(One Source Multi Use) 전략에 부합되도록 설정하였으며, 지역에 따라 조합·활용 가능한 범용 콘텐츠로 활용될 수 있다. 본 연구는 전통문화의 시각적 계승과 현대적 소통을 연결하는 디자인 모델을 제시함으로써, 향후 지역 문화브랜딩과 관광 콘텐츠 개발에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구 배경
- 1-2. 연구 목적 및 필요성
- 1-3. 연구 범위와 방법

### 2. 이론적 배경

- 2-1. 지역 관광·홍보 캐릭터의 개념과 역할
- 2-2. 전통 복식과 문화콘텐츠 디자인의 융합 사례
- 2-3. 최신 캐릭터디자인 트렌드 분석

### 3. 연구 방법

- 3-1. 조사 대상 및 절차
- 3-2. 디자인 콘셉 도출 과정
- 3-3. 이해관계자 의견 조사

### 4. 캐릭터디자인 개발

- 4-1. 콘셉 설정 및 캐릭터군 구성

- 4-2. 전통 의복 요소 분석과 현대적 재해석
- 4-3. 그래픽 스타일 및 색채 계획
- 4-4. 디자인 가이드
- 4-5. 캐릭터디자인 시안

### 5. 결론

#### 참고문헌

## 1. 서론

### 1-1. 연구 배경

한국의 여러 지방자치단체들은 축제·행사도시 브랜딩 과정에서 캐릭터를 매우 활발하게 활용하고 있으며, 캐릭터는 단순한 시각적 장식 요소를 넘어 지역의 고유한 이미지를 상징적으로 전달하는 핵심적 매개체로 자리매김하였다. 특히 코로나19 팬데믹 이후 일시적으로 위축되었던 지역 축제와 다양한 이벤트들이 본격적으로 재개되면서 홍보와 관광 수요가 빠르게 회복되는 추세이다. 이에 따라 지자체들은 과거의 홍보 방식을 단순히 반복하는 것이 아니라, 시대 변화에 맞추어 기존의 슬로건·로고·캐릭터를 재정비하고 리디자인하려는 흐름을 보이고 있다.

서울 종로구의 경우, 최근 발표된 지속가능발전 이행계획에서 ‘소통형 거버넌스 구축’과 ‘지역 행사 활성화’가 주요 추진 과제로 강조되었다. 이러한 맥락에서 캐릭터는 단순한 홍보 수단을 넘어, 주민과 방문객을 연결하는 공공 커뮤니케이션의 매개 역할을 수행하는 중요성이 더욱 커지고 있다.<sup>1)</sup>

본 연구는 첨부된 일러스트처럼 조선시대 군복·관복·왕실 복식을 현대적으로 재해석한 캐릭터군을 개발하고, 이를 지역 홍보 + 관광기념품 양측면에서 활용할 수 있는 통합 모델을 제시하는 것을 목표로 한다. 선행 연구들이 제시한 디자인 트렌드 분석·이해관계자 조사·OSMU(One Source Multi Use) 흐름을 본 개발 프로세스에 적용한다.<sup>2)</sup>

### 1-2. 연구 목적 및 필요성

본 연구의 핵심 목적은 조선시대 전통 복식을 기반으로 한 캐릭터군을 디자인 시스템으로 체계화하여 다양하게 제작하는 것이다. 비례·형·색·문양·아이템 등의 요소를 반영하여, 캐릭터들이 동일한 디자인 정체성을 유지하면서도 개별적 차별성을 발휘하도록 구조화한다. 이를 통해 단기적 이벤트 캐릭터가 아닌, 행정·홍보·관광·안내·문화 행사 등 다양한 채널에서 지속 가능하고 일관되게 활용 가능한 장기적 캐릭터 생태계를 구축하고자 한다.

[표 1] 필요성 요약

|                |                                                                     |
|----------------|---------------------------------------------------------------------|
| 지역 차별화된 상징성 확보 | 전통 복식 모티브를 활용하여 독창적 시각 아이덴티티를 확립                                    |
| 대중과의 친밀한 소통    | 역사적 사실성과 친근함을 조화시켜, 폭넓은 연령층에게 자연스럽게 다가가는 캐릭터를 제안                    |
| 연속형 콘텐츠화       | 관광기념품, 축제, 전시, SNS 등 다양한 채널에서 일관되게 활용될 수 있도록 초기 디자인 단계부터 OSMU 전략 적용 |

### 1-3. 연구 범위와 방법

본 연구는 종로구를 중심으로 한 조선시대 전통 복식을 대상으로 하며, 특히 군복, 관복, 왕실 복식을 중심으로 디자인 요소를 분석한다. 이를 통해 지역적 역사성과 상징성을 반영한 캐릭터군 개발을 목표로 한다.

연구 방법으로 문헌과 현황분석, 디자인트렌드와 이해관계종사자 인터뷰로 정해 시안을 제작했다.

문헌 조사: 조선시대 복식 관련 선행 연구와 국내외

1) 윤서연 전관광 캐릭터 디자인의 지속 가능성 연구(2023) pp.92-96

2) 김민수 지역 문화콘텐츠 발전 방향(2022) pp.50-55

지자체 캐릭터 사례를 분석하여 디자인 모티브와 전략을 검토한다.

현황 분석: 종로구 및 유사 지역의 캐릭터, 관광기념품, 홍보물 현황을 조사하여 기존 디자인 활용 방식과 한계를 파악한다.

디자인 트렌드 분석: 최근 3~4년간 국내외 캐릭터 디자인 경향을 조사하여, 색상·형태·비례·문양 등 디자인 요소의 최신 트렌드를 확인한다.

이해관계자 조사: 종로구청, 문화기관 관계자, 관광객, 디자이너를 대상으로 인터뷰 및 설문조사를 실시하여 실무적 요구와 사용자 경험을 수집한다.

시안 개발: 비례·형·색·문양·아이템의 디자인 가이드를 적용하여 캐릭터 시안을 제작하고, 개별적 차별성과 브랜드 일관성 있게 제작하였다.<sup>3)</sup>

## 2. 이론적 배경

### 2-1. 지역 관광·홍보 캐릭터의 개념과 역할

지역 캐릭터는 단순한 그림이나 마스코트를 넘어, 지자체의 정체성과 가치를 시각, 스토리, 행동 특성으로 전달하는 비언어적 상징체계이다. 이름과 배경, 행동 패턴을 통해 다층적 커뮤니케이션이 가능하며, 지역과 대중을 연결하는 매개 역할을 수행한다.

주요 기능은 세 가지로 나눌 수 있다.

첫째, 브랜드 아이덴티티 강화다. 캐릭터의 색채, 형태, 의상, 모티브는 지역만의 고유 이미지를 형성한다. 예를 들어 서울의 ‘해치’ 캐릭터는 조선시대 상상의 동물을 모티브로, 서울의 상징성을 시각적으로 전달하며 관광 홍보에 활용된다.

둘째, 관광 유인 효과다. 캐릭터는 관광 안내, 축제, 체험 프로그램, 기념품 등과 연계되어 방문 동기를 자극하고 참여 경험을 확장한다. 한국의 여러 지역 캐릭터는 이러한 방식으로 관광객과의 상호작용을 촉진한다.

셋째, 내부 결속 강화다. 캐릭터는 주민에게 애착과 소속감을 주고, 공동체 의식 형성과 행사 참여를 자연스럽게 유도한다. 전주 한옥마을 캐릭터가 대표적인 사례다. 그러나 한국의 전통 모티브 기반 캐릭터는 현대

적 친근감과 다채널 활용 전략 측면에서 한계가 있다. 단기 이벤트 중심 활용이 많아 지속적 브랜드 경험 제공에는 미흡하다. 따라서 향후 개발에서는 전통적 가치와 현대적 디자인, 장기적 활용 전략을 동시에 고려할 필요가 있다.<sup>4)</sup>

### 2-2. 전통 복식과 문화콘텐츠 디자인의 융합 사례

전통 복식은 단순한 과거 의상에 머무르지 않고, 현대 문화콘텐츠와 결합될 때 새로운 디자인 모티브로 활용될 수 있다. 조선시대 왕실 복식, 관복, 군복은 형태, 색채, 문양이 체계적으로 구성되어 있어, 캐릭터디자인, 게임, 애니메이션, 콘텐츠 등 다양한 분야에 적용 가능성이 높다.

국내 사례를 보면, 전통 한복이나 조선시대 의상을 기반으로 한 캐릭터 상품, 모바일 게임 속 아바타, 전 사용 미디어아트 등에서 활발히 활용되고 있다. 예를 들어, 국립민속박물관 전시에서는 왕실 복식의 장식을 현대적 패턴으로 재해석해 캐릭터 의상에 적용했고, 모바일 게임에서는 군복 색채와 문양을 활용해 캐릭터 직업과 계급을 시각적으로 구분하였다. 또한, 서울의 ‘해치’ 캐릭터는 조선시대 상상의 동물과 왕실 복식 요소를 결합해 캐릭터 의상과 시각적 아이덴티티를 구성, 관광 홍보와 상품화에 활용되었다. 이와 같은 사례를 통해 알 수 있는 점은, 전통 복식의 상징성과 시각적 특징을 현대적 디자인 감각과 결합하면 역사적 가치와 대중적 친밀감을 동시에 확보할 수 있다는 것이다. 즉, 캐릭터를 통해 전통문화의 접근성을 높이고, 전시, 게임, 상품, 디지털 플랫폼 등 다양한 매체에서 활용 가능한 콘텐츠로 확장할 수 있는 가능성을 보여준다.<sup>5)</sup>

### 2-3. 최신 캐릭터디자인 트렌드 분석

최근 캐릭터 디자인은 단순히 귀엽고 친근한 이미지에서 벗어나, 다층적 스토리텔링과 활용성을 동시에 고려하는 방향으로 진화하고 있다. 크게 세 가지 흐름을 중심으로 살펴볼 수 있다.

모듈화와 시스템화: 캐릭터 디자인에서 비례, 형태, 색상, 문양, 아이템 등 요소를 모듈화해 조합할 수 있는 구조가 강조되고 있다. 이렇게 하면 단일 캐릭터를 다양한 상황과 매체에 맞춰 변형할 수 있어, OSMU(One Source Multi Use) 전략과 잘 맞는다.

3) 이영희 지속 가능한 관광과 문화브랜드(2021) pp.32-35

4) 박지현 문화콘텐츠와 경제 효과(2020) pp.68-70

5) 한승우 관광산업과 디자인 융합(2021) pp.95-100

특히 브랜드 캐릭터에서 동일한 정체성을 유지하면서도 개별적 특성을 부여하는 데 효과적이다.

전통과 현대의 결합: 전통 문양, 의상, 색채 등 역사적 요소를 현대적 감각과 결합하는 사례가 늘고 있다. 단순히 재현하는 데 그치지 않고, 비례를 조정하거나 표현 방식을 단순화해 친근하고 접근하기 쉬운 이미지로 재해석한다. 이렇게 하면 폭넓은 연령층과 다양한 문화권에서 호감을 얻을 수 있다.

디지털 환경 최적화: SNS, 메신저 스티커, 모바일 게임, AR/VR 등 디지털 매체에서의 활용을 고려한 디자인이 중요해졌다. 캐릭터가 다양한 디지털 환경에서 자연스럽게 움직이고, 상호작용하며, 콘텐츠와 연계될 수 있어야 한다. 또한 상품화와 전시, 홍보물 등 물리적 매체와 디지털 매체를 아우르는 연속형 콘텐츠 전략이 핵심 트렌드로 자리 잡았다.

최신 캐릭터 디자인은 단순 시각적 매력뿐만 아니라, 브랜드 아이덴티티 강화, 대중 친화성, 확장성을 동시에 고려한 통합적 접근이 요구된다. 특히 전통 복식 기반 캐릭터를 개발할 때 이러한 트렌드를 반영하면, 역사적 가치와 현대적 활용성을 균형 있게 확보할 수 있다.<sup>6)</sup>

**[표 2] 이론적 배경 요약**

| 핵심내용             | 세부 내용                                                                                 |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 지역 정체성과 가치 전달    | - 이름스토리 · 행동 포함한 다층적 매개체<br>- 브랜드 이미지 강화<br>- 관광객 유인 및 체험형 관광 촉진<br>- 주민 애착·공동체 의식 제고 |
| 전통 복식 기반 디자인 모티브 | - 조선시대 복식의 형태·색·문양 활용<br>- 캐릭터·게임·전시 등 다양한 매체 적용<br>- 역사적 가치와 친근감 동시 확보               |
| 현대 캐릭터 디자인 경향    | - 스토리와 감정 공감 강조<br>- 친근한 형태와 색채 사용<br>- 디지털 OSMU 전략 중요<br>- 전통 모티브 현대화 필요             |

### 3. 연구방법

#### 3-1. 조사 대상 및 절차

본 연구의 주요 조사 대상은 종로구의 지역 문화관

광 자원을 이해하고 캐릭터 개발에 실질적으로 반영하기 위해 다음과 같이 설정하였다.

**[표 3] 조사대상**

| 관계자       | 내용                             |
|-----------|--------------------------------|
| 행정관계자     | 종로구청 문화관광과 담당자, 문화재청 관련 부서 관계자 |
| 지역 기관 운영자 | 전통 콘텐츠 관련 운영진, 박물관 및 전시 기획자    |
| 관광객       | 국내외 관광객을 포함하여 다양한 연령과 성향의 인원구성 |
| 디자인 전문가   | 캐릭터·상품 디자인 및 시각 디자인 종사자        |

연구 절차는 문헌 조사와 현장 조사를 병행하며, 체계적인 자료 수집과 분석을 목표로 구성하였다.

선행연구 및 사례 조사: 국내외 지자체 캐릭터 개발 사례 및 전통 복식 관련 연구를 검토하여 디자인 요소와 적용 전략 파악

디자인 트렌드 분석: 최근 3~4년간의 캐릭터 디자인 경향, 비례·색채·스타일·문양 사용 현황 분석

설문조사: 비례, 색채, 스타일, 상품군 선호도 등 다양한 시각적 요소에 대한 일반 시민 및 관광객의 의견 수집

심층 인터뷰: 관계자(행정·문화기관), 관광객, 디자이너를 대상으로 전통 복식 기반 캐릭터에 대한 기대와 개선 사항 탐색

시안 제작 및 피드백 반영: 조사 결과를 바탕으로 캐릭터 시안을 제작하고, 피드백을 반영하여 디자인 콘셉트 정리

조사 대상과 절차는 전통 복식 기반 캐릭터 개발을 위한 체계적 근거를 마련하는 데 초점을 두고 있다. 다양한 이해관계자와 일반 대중의 의견을 반영함으로써, 후속 디자인 과정에서 실질적 활용 가능성과 지역 특화성을 동시에 확보할 수 있도록 하였다.<sup>7)</sup>

이와같이 디자인 트렌드 분석을 통해 설문조사와 심층 인터뷰를 진행하여 캐릭터디자인을 피드백을 통하여 콘셉트를 도출하였다.

6) 김태현 문화브랜드 관리 전략(2019) pp.48-50

7) 최민정 지역 관광 활성화를 위한 캐릭터 활용 방안(2021) pp.57-60

### 3-2. 디자인 콘셉트 도출 과정

디자인 콘셉트는 정체성 축, 스타일 축, 색채 축, 감성 축의 네 가지 기준을 중심으로 체계화하였다.

[표 4] 콘셉트도출 주요 축

| 축     | 내용                                           |
|-------|----------------------------------------------|
| 정체성 축 | 조선시대 전통 복식: 군영·관료·왕실 복식 계층별 차별화, 문양장식 요소 반영  |
| 스타일 축 | 현대적 SD 캐릭터: 1:3.5~1:4 비례, 간결한 외곽선, 문양 중심 디테일 |
| 색채 축  | 전통과 현대 감각: 오방색 기반, 뉴트로 파스텔, 보색 대비 활용         |
| 감성 축  | 친근함과 위엄의 균형: 연령별 선호도 반영, 표정과 동작을 통한 접근성 강화   |

정체성 축에서는 조선시대 전통 복식을 기반으로 캐릭터의 역사적·문화적 정체성을 강화하였다. 군영 복식, 관료 복식, 왕실 복식 등 계층별 복식 특징을 반영하고, 비례와 문양, 장식 요소를 직위와 계층에 따라 차별화함으로써 각 캐릭터가 지닌 상징성을 명확히 나타내도록 하였다.

스타일 축은 현대적 캐릭터 감각을 적용하여 SD(Super Deformed) 비례를 1:3.5~1:4 범위로 설정하고, 외곽선을 단순화하여 명확한 실루엣을 강조하였다. 또한 복식의 특징을 포인트로 시각화하기 위해 문양 중심의 디테일을 적용하였다.

색채 축에서는 전통 오방색을 기본으로 하면서, 뉴트로 파스텔을 접목하여 친근감을 높이고, 보색 대비를 활용하여 시각적 명료성을 강화하였다. 이를 통해 전통성과 현대적 감각을 동시에 담아내고자 하였다.

감성 축은 연령층별 선호도와 감정적 공감을 고려하여 설정하였다. 친근함과 위엄을 조화롭게 배치함으로써 어린이와 성인 모두에게 호감을 줄 수 있도록 설계하였고, 캐릭터의 표정과 동작을 통해 접근성을 높였다.

네 가지 축을 기반으로 한 디자인 콘셉트는 전통적 가치와 현대적 감각, 대중 친화성을 균형 있게 결합하여, 종로구 전통 복식 기반 캐릭터 개발의 실질적 방향성을 제시하고 있다.<sup>8)</sup>

8) 김현아 전통문화 기반 캐릭터 디자인의 효과성 연구(2022) pp.38-42

### 3-3. 이해관계자 의견 조사

설문조사는 종로구 방문객, 일반 시민, 디자인 전공자 등 총 250명을 대상으로 실시하였다. 주요 목적은 전통 복식을 기반으로 한 캐릭터에 대한 선호도, 상품화 가능성, 디자인 요소별 호감도를 파악하는 것이었다. 설문은 5점 Likert 척도(1=매우 비선호, 5=매우 선호)를 사용했으며, 주요 항목과 결과, 해석은 다음과 같다.

[표 5] 설문내용 요약

| 설문항목         | 응답결과 및 시사점                                                                                         |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 전통 디테일 반영 선호 | 68%가 '전통 디테일을 살린 현대 캐릭터 선호: 대중은 전통 모티브를 현대적으로 재해석한 캐릭터에 긍정적 반응. 캐릭터 디자인 시 전통 요소를 강조하면서도 친근함 유지 필요' |
| 색채선호         | 72%가 오방색 기반 뉴트로 파스텔 선호: 전통 색채의 상징성을 유지하면서 현대적 감각을 결합하면 대중 친화성을 높일 수 있음                             |
| 기념품 상품화 의향   | 74%가 구매 의향 있음: 캐릭터를 활용한 상품화 전략이 실질적 경제적 효과를 창출할 수 있음                                               |
| 감성 및 친근감     | 친근함 중심 55%, 위엄 중심 45%: 연령별 선호 분포를 고려하여 '고급형·대중형' 이원화 디자인 필요                                        |
| 캐릭터 스타일      | SD 스타일(1:3.5~1:4) 61% 선호: 단순 외곽선과 SD 비례가 친근감을 형성, 다양한 연령층에 적합                                      |

전통 복식 기반 캐릭터 개발과 관련하여 관계자와 소비자의 의견을 체계적으로 수집하고 분석하였다. 조사 방법으로는 설문조사와 심층 인터뷰를 병행하였으며, 주요 조사 대상은 종로구청 문화관광과, 문화재청 관계자, 사찰 운영진, 관광객(국내·외), 디자인 전문가로 구성하였다. 설문 항목은 캐릭터 비례, 색채, 스타일, 문양, 상품화 가능성 등 시각적·실용적 요소를 포함하였으며, 인터뷰에서는 디자인 콘셉트와 활용 전략에 대한 심층 의견을 탐색하였다. 설문조사 결과, 응답자의 68%가 '전통 디테일을 살린 현대 캐릭터'를 선호한다고 답하였으며, 74%는 해당 캐릭터의 기념품 상품화 의향이 있다고 응답하였다. 또한 인터뷰 과정에서는 '고급형'과 '대중형' 이원 구조의 캐릭터 라인업 필요성이 반복적으로 제기되었다. 비례와 색채 관련 선호도 조사에서는 SD 비례(1:3.5~1:4)를 가장 긍정적으로 평가하였고, 오방색 기반의 전통 색상과 뉴트로 파스텔을 결합한 색채 조합이 친근감과 시각적 명료성을 동시에

확보할 수 있다는 점이 확인되었다. 감성적 측면에서는 연령층별 선호를 반영하여 친근함과 위엄의 균형을 유지하는 디자인이 요구됨이 드러났다. 이를 종합하면, 관계자와 소비자의 의견은 전통적 역사 요소를 현대적 감각으로 재해석하는 방향과 동시에, 다양한 연령층과 활용 채널에 맞춘 이원적 캐릭터 구조를 필요로 함을 시사한다. 또한, 기념품·전시·디지털 콘텐츠 등 다채로운 적용 가능성을 염두에 두어야 하며, 이러한 의견은 본 연구에서 제안하는 캐릭터디자인 콘셉트의 구체적 방향 설정에 핵심적인 근거로 활용될 수 있다.

## 4. 캐릭터디자인 개발

### 4-1. 콘셉 설정 및 캐릭터군 구성

조선시대 전통 복식을 기반으로 한 캐릭터군을 개발하기 위해, 역사적·문화적 정체성을 계층과 역할별로 명확히 표현할 수 있는 체계적 콘셉트를 설정하였다. 캐릭터군은 군영 계열, 문관 계열, 왕실 계열의 세 가지 계열로 구분하였으며, 각 계열은 조선시대의 사회적 위계와 역할을 반영하도록 설계되었다.

군영 계열: 군영 계열 캐릭터는 조선시대 군사 계층을 대표하며, 수문장, 보병, 궁수, 창기병, 지휘관 등으로 구성하였다. 각 캐릭터는 계급과 역할에 따라 갑옷, 투구, 무기 등 장비의 형태와 장식 수준을 차별화하였다. 예를 들어, 수문장은 간결한 갑옷과 장식 없는 투구를 착용하도록 하여 기본적인 경계 역할을 시각화하였으며, 지휘관 캐릭터는 금색 장식과 복잡한 갑옷 구조를 적용하여 높은 계급과 권위를 표현하였다. 이러한 계층별 시각적 차별화는 캐릭터가 단순한 외형을 넘어 역할과 계급을 직관적으로 전달할 수 있도록 한다.

문관 계열: 문관 계열 캐릭터는 조선시대 관료 계층을 기반으로 설정하였으며, 색상, 흉배 문양, 장식 디테일하게 제작하여 캐릭터의 직위와 권위를 시각적으로 식별 가능하도록 하였다. 이러한 설정은 계급과 직위를 상징적으로 나타내면서도 전체 캐릭터군의 통일성을 유지하고자 했다.

왕실 계열: 왕실 계열은 왕, 왕비, 세자, 세자비 캐릭터로 구성되며, 화려한 장식 요소와 고급 색채를 적용하여 캐릭터군의 중심적 상징성을 강화하였다. 왕과 왕비 캐릭터는 금색 장식, 고채도 색상, 두루마기 패턴을 강조하여 권위와 위엄을 시각화하였다. 세자와 공주 캐릭터는 부드러운 색조와 장식 요소를 적절히 배치하

여 친근함과 접근성을 확보하였다.

기타 계열: 기타계열은 일반적인 한복, 평상복의 캐릭터들이다. 다양한 민속적 요소와 전통문양, 도구나 악기 등을 삽입하여 다채로움을 강조한다.

계열 구성의 의의: 네 가지 계열로 구분된 캐릭터군은 각 캐릭터가 맡는 역할과 특징을 명확히 전달하면서도, 전체적으로 통일된 브랜드 정체성을 유지할 수 있도록 설계되었다. 이를 통해 캐릭터군은 단순한 마스코트의 기능을 넘어, 역사적·문화적 맥락을 전달하고, 관광 홍보, 전시, 상품화 등 다양한 활용을 가능하게 하는 통합적 디자인이 가능할 수 있다.<sup>9)</sup>

### 4-2. 전통 의복 요소 분석과 현대적 재해석

캐릭터 개발 과정에서 전통 복식의 역사적 의미와 시각적 특징을 현대적 캐릭터 디자인에 적합하게 재해석하였다. 형태 측면에서 군복의 갑옷 라인은 불필요한 세부 장식을 단순화하고, 관복의 경우 흉배와 색상 대비를 강조하여 계급적 위계가 직관적으로 드러나도록 설계하였다. 문양 측면에서는 학, 호, 봉황 등 전통 흉배 문양을 디지털 환경에서 활용할 수 있는 벡터 기반 심볼형 아이콘으로 재구성하였다. 이를 통해 모바일, 웹, 인쇄 매체 등 다양한 플랫폼에서 문양의 가독성과 활용성을 확보하였다. 색채 측면에서는 전통 오방색을 기반으로 유지하되, 뉴트로, 파스텔톤을 혼합하여 친근감을 강화하고, 색 대비를 통해 시각적 포인트를 명확히 하였다. 이러한 재해석은 전통의 상징성을 손상시키지 않으면서도, 현대적 콘텐츠 환경과 시청각적 요구에 부합하도록 하였다.

### 4-3. 그래픽 스타일 및 색채 계획

캐릭터군의 시각적 일관성과 계열 구분을 위해 체계적인 그래픽 스타일과 색채 가이드를 설정하였다. 라인 굵기는 1.2pt, 0.8pt, 1.5pt로 설정하여 캐릭터가 시각적으로 명확하게 보이도록 하였다. 채색 단계는 베이스, 하이라이트, 복식의 색채, 3단계로 구성하여 표현을 확보하였다. 질감 표현은 평면 2D를 기본으로 하되, 복식의 패브릭 질감, 금속 갑옷의 반사광, 장식물의 금박 느낌 등 보조적 효과를 느낄 수 있도록 사실적으로 묘사했다. 캐릭터들이 상품, 전시, 디지털 콘텐츠 등 다양한 매체에서 일관되게 활용될 수 있도록 하며, 시

9) 박성준 지역문화와 관광브랜드의 융합 사례(2021) pp.16-19

각적 통일성과 확장성을 동시에 확보한다.<sup>10)</sup>

#### 4-4. 디자인가이드

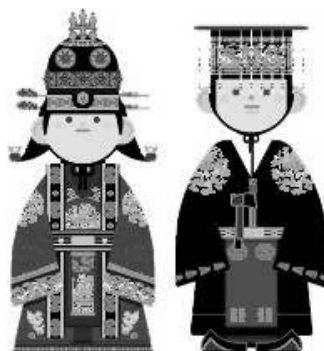
본 연구에서 개발된 캐릭터군은 SD비례를 적용하여 머리와 몸의 비율을 1:3.5~1:4로 설정하였다. 이러한 비례 설계는 캐릭터에 친근감을 부여하면서도, 다양한 연령층의 관람자에게 역할과 성격을 직관적으로 전달할 수 있도록 한다. 캐릭터군은 동일한 기본 차렷 자세와 표정을 유지하되, 각 계열과 역할에 따라 복식과 장식 요소, 색채를 차별화하였다. 군영 캐릭터는 갑옷과 투구, 무기 등 삼각형 형태의 포인트 요소를 강조하여 용맹함과 위계성을 시각화하였으며, 문관 캐릭터는 흉배 문양과 관복 색상을 중심으로 신중함과 전문성을 나타 내었다. 왕실 캐릭터는 왕, 왕비, 세자, 공주 모두 동일한 차렷 자세와 기본 미소 표정을 가지지만, 장식과 색채를 고급스럽게 차별화하여 위엄과 친근감을 동시에 표현하였다. 이와같이 캐릭터군은 동일한 자세와 표정을 유지하면서도 복식의 형태, 문양, 색채, 장식 요소를 계열별로 변주함으로써, 역할과 계급을 명확히 구분할 수 있도록 설계되었다. 표정과 동작의 최소화는 통일된 브랜드 정체성을 확보하면서도, 복식과 색채의 다양화를 통해 각 캐릭터의 특징과 기능적 의미를 강조하고자 한다.

본 연구의 캐릭터디자인 개발은 전통 복식의 역사적 의미와 시각적 특징을 현대적 캐릭터 감각으로 재해석하고, 그래픽 스타일, 색채, 비례, 형태, 표정 등 모든 요소를 체계적으로 설정함으로써, 동일한 포즈와 표정을 가진 캐릭터군이 각기 다른 계열과 역할을 시각적으로 명확히 전달할 수 있도록 구성되었다. 이를 통해 캐릭터군은 다양한 매체와 상품에서 일관된 정체성을 유지하면서도, 대중적 친근감과 역사성등을 확보할 수 있다.<sup>11)</sup> 이처럼 전통복식을 소재로 한 캐릭터디자인 연구의 디자인 가이드라인으로 설정하여 본연구를 진행 하였다.

#### 4-5. 캐릭터디자인 시안

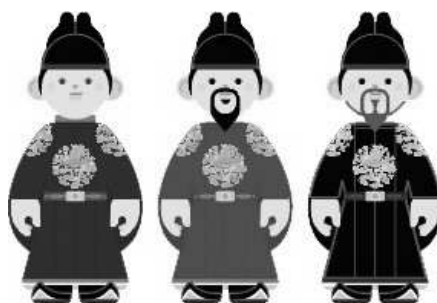
개발된 캐릭터 시안은 조선시대 군영, 문관, 왕실, 백성을 대표하는 네 계열로 구성되었다. 각 계열은 복식과 상징을 단순 재현하는 대신 현대적으로 재해석해

역사성과 친근성을 함께 담았다. 군영은 갑옷·무기·병과 색상으로 위엄을, 문관은 흉배와 관모를 단순화해 시각성을, 왕실은 면류관·대례복·장신구로 고귀함을, 백성은 생활복과 직업 의복으로 친근함을 표현하였다. 이를 통해 캐릭터군은 조선 사회의 다양한 면모를 시각화하며, 지역 홍보와 관광 자원으로 확장 가능성을 지닌다.



[그림 1] 세자, 세자비 즉위식 캐릭터

본 캐릭터 시안은 SD 비례(약 1:3.5)를 기본으로 하며, 전통 복식의 문양, 색채, 형태 요소를 유지하되 시각적 가독성과 현대적 친밀감을 고려하여 제작되었다.[그림 1], [그림 2]

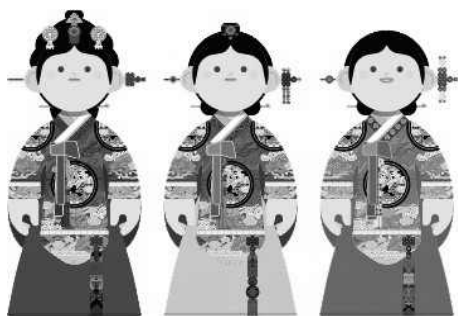


[그림 2] 세자, 국왕, 상왕 캐릭터

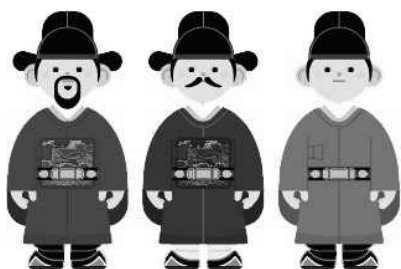
왕실 계열 캐릭터 시안이다. 통일성 있는 디자인과 비례에 단순화된 전통문양과 복식의 재해석, 사실적인 색채를 감안하여 제작하였다.[그림 3], [그림 4], [그림 5], [그림 6], [그림 7]

10) 이자은 문화자산을 활용한 시각디자인 연구(2020) pp.61-64

11) 송유진 디지털 미디어 시대의 문화콘텐츠 확장(2023) pp.72-73



[그림 3] 대왕대비, 중전, 세자비 캐릭터 (좌에서 우로)



[그림 4] 문관과 내시 캐릭터

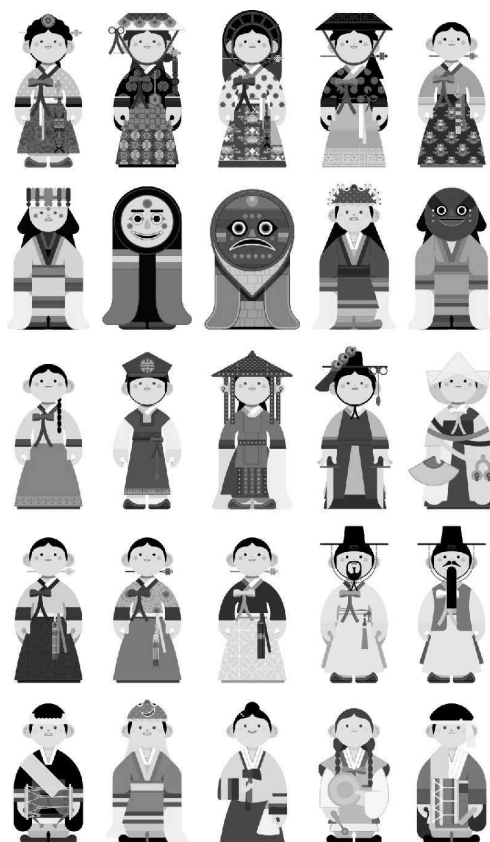


[그림 5] 궁인 캐릭터



[그림 6] 장수, 판관, 척호감사 등 군관 캐릭터

첨부된 시안은 디자인 프로세스를 활용하여 제작하였다. 경복궁 수문장 교대식과 다양한 미디어콘텐츠, 복식사료 등을 사실적으로 고증하면서 전통이미지를 재해석 하였다. 캐릭터는 총 100개를 제작하였고 지금은 그 일부이다.[그림 6], [그림 7]



[그림 7] 기타 다양한 캐릭터

위 캐릭터 시안은 디자인 가이드라인(비례, 색채, 문양, 스타일)에 기반하여 일관된 시리즈로 개발되었으며, 관광기념품, 축제홍보물, 디지털 콘텐츠 등 다양한 응용 영역에 적용 가능하다. 시각적 상징성과 문화적 서사를 동시에 담아낸 본 캐릭터군은 전통문화자산을 현대적으로 체험하고 소비할 수 있는 통합형 콘텐츠 자원으로서의 활용할 수 있다.

## 5. 결론

본 연구는 조선시대 전통 복식과 역사적 인물상을 기반으로 지역 관광 및 홍보에 활용 가능한 캐릭터디자인을 개발하는 데 목적을 두었다. 이를 위해 조선시대 군복, 관복, 왕실 의복 등 상징적 복식 요소를 현대적 디자인 언어로 재해석하고, 종로구라는 구체적인 지역성을 고려하여 지역 문화유산과 연계된 캐릭터군을 구성하였다. 연구 과정에서는 소비자 및 관계자 설문, 디자인 트렌드 분석, 심층 인터뷰를 통해 캐릭터의 시각적 비례, 형태, 표정, 색채 계획 등 세부 요소들을 체계적으로 검토하고 최적화하였다.

첫째, 전통복식의 상징성을 현대적 캐릭터디자인에 융합함으로써 지역 정체성과 문화적 가치를 효과적으로 시각화할 수 있음을 확인하였다. 복식의 주요 문양과 색채, 계급 표시 등은 단순한 장식적 요소를 넘어 역사성과 상징성을 담고 있어 캐릭터의 친밀성과 차별성을 동시에 강화하였다. 특히, 오방색과 뉴트로 스타일을 조화롭게 적용하여 전통성과 현대성의 균형을 이루는 디자인 개념이 지역 관광 및 홍보 콘텐츠로서의 활용도를 높이고자했다.

둘째, 본 연구에서 개발한 캐릭터군은 관광기념품, 축제 마스크트, 디지털 콘텐츠 등 다양한 매체에 적용 가능하도록 설계되었다. 프리미엄 상품과 대중 상품의 이원화 전략을 통해 문화재적 가치가 높은 고급 상품과 접근성과 회전율을 증시하는 대중 굿즈를 병행하는 방안을 제시하였다. 이러한 다각도의 상품화 전략은 지역 관광 수익 다변화와 지속 가능한 경제구조 구축에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대된다.

셋째, 전통 문화의 현대적 재해석과 디자인 융합을 통해 지역 관광과 홍보 분야에서 새로운 시각적 자산을 창출하는 데 기여하였다. 향후 연구에서는 보다 다양한 지역과 문화유산을 반영한 캐릭터 디자인 사례 연구, 사용자 경험(UX) 평가, 관광객 반응 분석 등이 추가되어야 할 것이다. 또한, 지속 가능한 캐리

터 브랜드 관리 및 상품화 전략에 관한 심층 연구 또한 필요하다.

본 연구의 결과는 전통복식의 상징성을 효과적으로 반영한 캐릭터디자인이 지역 관광 활성화 및 문화 홍보에 실질적인 가치를 제공할 수 있음을 실증적으로 보여준다. 이와 같은 통합형 캐릭터디자인 모델은 향후 다양한 지역 문화 콘텐츠 개발 및 브랜딩 전략 수립에 중요한 요소가 될 것이다.

## 참고문헌

- 윤서연, 관광 캐릭터 디자인의 지속 가능성 연구(2023), 한국관광디자인학회
- 김민수, 지역 문화콘텐츠 발전 방향(2022), 문화콘텐츠학회
- 최희, 지속 가능한 관광과 문화브랜드(2021), 관광경영학회
- 박지현, 문화콘텐츠와 경제 효과(2020), 한국문화경제학회
- 한승우, 관광산업과 디자인 융합(2021), 디자인융합학회
- 김태현, 문화브랜드 관리 전략(2021), 브랜드관리학회
- 최민정, 지역 관광 활성화를 위한 캐릭터 활용 방안(2021), 지역문화연구학회
- 김현아, 전통문화 기반 캐릭터 디자인의 효과성 연구(2022), 한국디자인학회
- 박성준, 지역문화와 관광브랜드의 융합 사례(2021), 관광문화학회
- 이지은, 문화자산을 활용한 시각디자인 연구(2020), 시각디자인학회
- 송유진, 디지털 미디어 시대의 문화콘텐츠 확장(2023), 미디어문화학회