

# 소재 산업으로 발전하고 있는 만화의 득과 실

박석환 \*

1. 영상 매체의 컨셉트로 소비되는 만화
2. 영화의 메시지 전달과 만화의 의미생성
3. 서사 만화의 구성 요소와 칸의 커뮤니케이션 효과
4. 만화산업론에서 문화콘텐츠소재론으로의 전개
5. 만화의 소재적 가치와 생산 없는 소비시대

## 국문요약

만화 『타짜』를 원작으로 한 동명의 영화가 큰 인기를 얻었다. 이와 함께 만화를 원작으로 한 영화나 드라마의 제작이 증가하고 있다. 이에 본 연구는 영화나 드라마가 만화의 독특한 설정을 이용하는 이유를 밝히고 만화를 원작으로 한 웹 소스 멀티 유즈 산업의 발전이 우리 만화계에 미치는 영향에 대해 고찰해보고자 한다.

영상매체가 메시지의 전달에 충실한 현실의 재현에 집중해 왔다면, 만화는 다양한 의미생성이 가능한 텍스트로 과현실을 창조해왔다. 또한 만화는 표현형식으로부터 자유로운 이야기체를 지니고 있어서 각각의 설정들을 분리 활용할 수 있는 문화콘텐츠 자원의 개념이 강하다. 이 같은 특징으로 인해 만화는 앞으로 다양한 형식의 영상콘텐츠로 제작될 전망이다. 반면 이 같은 만화의 특징이 기능적 가치와 소재적 가치에만 집중되어있음은 경계해야 한다. 이는 새로운 만화의 생산 없이 과거의 유명 작품만 재소비 함으로서 생산 없는 발전이라는

---

\* 만화평론가

기현상을 낳을 수 있다.

---

## 주제어

만화, 기호학, 만화커뮤니케이션, 만화산업, 원 소스, 멀티 유즈

### 1. 영상 매체의 컨셉트로 소비되는 만화

영화 「범죄의 재구성」으로 호평을 받았던 최동훈 감독의 두 번째 작품 「타짜」가 관객몰이에 성공하면서 만화 원작의 영상화 작업에 대한 기대치가 높아지고 있다. 「타짜」는 개봉 전부터 작품적 성취와 관계없이 흥행이 어려울 것이라는 관측이 지배적이었다. 개봉 일정이 영화계의 흥행 시즌 중 하나인 추석에 잡혀서 대작 영화들과 힘겨루기를 해야 했고 극중 몇몇 씬 때문에 미성년자 관람불가를 받아서 가족 관객을 포기해야 했다. 더군다나 「바다이야기」라는 사행성 오락게임 파문으로 전국이 도박의 사회적 문제로 들끓고 있던 터라 영웅적 주인공의 도박 소재 이야기가 대중의 호응을 이끌지 못할 것이라는 판단이었다.

그러나 영화 「타짜」는 추석 시즌에 함께 개봉된 대작 영화들을 제치고 박스 오피스 1위를 기록했고 미성년자 관람불가 영화 중 역대 2위의 관객을 동원하는데 성공했다. 촉망 받는 신인 감독의 두 번째 영화는 실패한다는 징크스도 넘어섰다. 최동훈 감독은 평단의 기대를 받고 있던 신인에서 관객의 신뢰를 받는 감독의 대열에 올라섰다. 그런데 이 시기에 언론이 주목한 것은 영화감독과 배우들이 아니라 원작자인 만화가 허영만이었다.<sup>1)</sup>

---

1) Kinds 기사 검색 결과 같은 시기에 만화가 허영만 관련 기사가 137건, 영화감독 최동훈 관련 기사가 121 건이었다. 그중 영화 제목 옆에 「감독 최동훈」 형식으로

만화가 허영만은 1972년 『집을 찾아서』로 데뷔한 이후 최근 작 『식객』에 이르기까지 1,000 권 이상의 만화를 창작한 ‘우리 만화계의 대표 선수’이다. 색다른 소재와 극적 서사구조, 만화적 잔재미와 햄릿형 주인공 그리고 지식정보로 대표되는 허영만의 만화는 십 여 편 이상이 영화나 방송 드라마로 제작됐다. 몇몇 작품의 경우 수준이하의 영상물로 만들어졌지만 대다수의 작품은 기록적인 성과를 낳았다.<sup>2)</sup> 영화계나 방송계는 허영만 만화를 흥행요소로 봤고 언론은 허영만 자체를 흥행요소로 인식했다. 여기에는 영화사의 마케팅 전략도 한 몫 했음이 분명하다. 도박으로 세상이 시끄러운 시기에 도박으로 일확천금을 노리는 멋들어진 영화 주인공들을 전면에 내세울 수 없었을 것이다. 그래서 도박 소재(素材, material)가 아닌 독특한 소재, 영화 주인공들이 아닌 원작자를 내세워 ‘독특한 소재를 지닌 허영만 만화의 영상화는 성공한다’는 신화 만들기에 주력한 것이다.<sup>3)</sup>

여기서 집중해야 할 점은 허영만이라는 대중문화사적 아이콘이 지니고 있는 의미소에 있다. 다수의 만화가가 그렇지만 유독 허영만은 ‘독특한 소재’라는 부분에 집중되어 있는 창작자이다. 허영만이 다룬 만화 소재는 애완동물에서 출발해서 야구하는 고릴라까지, 항일 독립군으로부터 각시탈을 쓴 히어로까지, 남북간 이데올로기 대립으로부터 선거판에

---

검색된 기사 50여 건을 제외하면 허영만 관련 기사가 압도적으로 많았다. 영화사가 「바다이야기」 문제를 피하기 위해 의도적으로 도박 소재와 도박꾼으로 분한 멋진 배우들을 정면으로 내세우지 않은 측면도 있겠다.

- 2) 한국만화문화연구원, 『허영만표 만화와 환호하는 군중들』, 김영사, 2004. 참조
- 3) 기실 언론이 만화와 관련된 기사를 가장 많이 생산하는 시기도 만화를 원작으로 한 영화나 드라마의 제작 또는 공개 시이다. 일거수일투족이 언론의 관심대상인 인기스타들을 몰고 다니는 영상산업과 만화산업의 규모 차이 때문이겠으나 이때 생산되는 담론이 만화의 기능적 가치와 소재적 가치로 제한된다는 점은 재고되어야 한다.

뛰어난 아나운서까지, 속옷기획실부터 자동차영업소를 지나 세계적인 자동차기업까지, 화투에서 경마를 돌아 요리까지. 관념에서 감성, 아이에서 어른 할 것 없이 허영만 만화의 스펙트럼은 30여 년 간의 창작기간 만큼이나 넓고도 깊다. 그래서 허영만 만화를 원작으로 한 영화는 독특한 소재를 지닌 이야기로 인식된다. 영화 「가문의 부활」이 「가문의 영광」 세 번째 시리즈라는 점도 상대적으로 독특한 소재를 부각시킨 이유가 된다.

기실 독특한 소재라는 것은 모든 이야기 매체의 창작자들이 찾아내기 위해 노력하고 있는 그 무엇이다. 이를 폭넓게 컨셉트(concept)라고 하자. ‘이번 만화의 컨셉트는 무엇이다’, ‘이번 영화는 이런 컨셉트를 다루고 있다’ 등은 이미 대중문화계에서 관용구처럼 쓰이고 있는 어법이다. 이때 컨셉트는 이야기의 제재를 말하기도 하고 형식 등을 뜻하기도 한다. 또한 등장인물 개개인의 특징적인 성격을 뜻하기도 한다. 실제로 다수의 영상매체 전문가들이 만화의 영상화 시에 장점으로 꼽고 있는 대목도 바로 이 컨셉트의 명확성이다. 만화는 소재, 배경, 형식, 등장인물 등에 대한 컨셉트가 이미 지정되어 있다. 이 경우의 컨셉트를 가장 적절하게 표현하는 단어는 설정일 것이다. 설정은 영상화를 구성하는 전체 정서를 나타내기도 하고 세부 구성 요소를 정의하기도 하는 상징화 된 단어 또는 문장으로 볼 수 있다.

만화는 이 컨셉트에 대한 문제로 영상매체와 조화로운 결실을 보여주기도 했지만 다양한 불협화음을 낳기도 했다. 가령 고등학생이 된 조폭 두목 이야기라는 컨셉트로 영화화 된 「두사부일체」는 동일 컨셉트의 만화 『차카게 살자』와 법정공방이 있었다. 무술 고수를 가르치는 전문학교 이야기, 알약을 먹으면 어여쁜 소녀로 변신하는 똥똥보 이야기 등도 동일한 설정의 문제로 법정에 섰다. 이 같은 동일 설정의 문제가 극한에

까지 다다른 사례로는 고구려를 배경으로 한 김종학 프로덕션의 『태왕사신기』와 만화 『바람의 나라』의 법정 공방을 들 수 있다. 법원은 만들어지지 않은 드라마의 제작발표회만으로 유사성을 찾을 수 없다고 판결했지만 『바람의 나라』 팬들은 『태왕사신기』의 시놉시스만으로도 그것이 『바람의 나라』에서 본 등장인물 설정과 동일하다고 주장하고 있다. 팬들은 시놉시스에 등장하는 등장인물의 설정과 역사적 사건의 배경 등을 놓고 볼 때 『태왕사신기』의 주요 설정이 『바람의 나라』와 유사해질 수 있는 확률까지 계산하며 표절 시비를 끝내지 않고 있다.<sup>4)</sup>

이에 본 연구는 영화나 드라마가 만화의 독특한 설정을 이용하는 이유를 밝히고 만화를 원작으로 한 매체 변환 산업의 발전이 우리 만화계에 미치는 영향에 대해 고찰해보고자 한다. 이를 위해 2장에서는 영화와 만화의 내용 전달 방식과 수용 태도를 검토하고 3장에서는 만화의 구성 요소를 중심으로 영화산업에서 소재로서의 만화를 활용하고 있는 요인을 분석한다. 4장에서는 만화산업에 대한 그간의 이론화 과정을 살펴보고 문화콘텐츠산업에서 만화가 지니는 가치에 대해 검토한다. 5장에서는 문화산업 전반에 파생되고 있는 만화의 가치에 대한 논의의 핵심을 밝히고 이것이 우리 만화계에 미치는 악영향에 대해 밝힌다.

## 2. 영화의 메시지 전달과 만화의 의미생성

영화를 시간의 예술이라고 한다면 만화는 칸의 예술이다. 영화가 1초에 24프레임으로 현실을 그대로 모사해낸다면 만화는 칸을 통해 현실의

4) 박석환, 「영상매체의 만화 따먹기」, 『이슈』 21호, 대원씨아이, 2004.  
박석환, 「친절한 찬욱씨 만화를 부탁해」, 『코믹플러스닷컴』, 2005.  
(<http://www.comicplus.com/magazine/list.jsp?newsNum=1351>) 참조.

이미지를 과장되게 묘사해왔다. 과학기술의 발전과 컴퓨터 그래픽의 고도화로 영화예술의 정의가 달라지고 있지만 우리 눈의 착시현상을 이용해서 ‘진짜 같은 가짜’를 만든다(잔상효과)는 점은 변하지 않았다. 만화 역시 사진과 영화영상 기술의 발전과정에서 얻어낸 시청각적 느낌을 새롭게 기호화하고 다양한 영상 연출 수법을 수용하고 있지만 칸 안에 복수의 시간대와 지각된 의미 생산 요소들을 자유롭게 배치하고 현실을 과장하여 의미를 전달한다는 근간은 변하지 않았다. 또, 영화가 상영 시간에 따라 수용자가 수동적으로 이용하는 예술이라면 만화는 출판물로서 의미를 지닌 면과 칸, 각종 기호들의 집합이기 때문에 수용자의 적극적인 수용 의지(의미 해독 행위와 상호적 독서)없이 해독이 불가능한 예술이다.

이 때문에 만화 연구는 매우 복합적인 학문 영역의 관여가 필요하다. 만화의 형성 자체가 원시예술에서 출발해 다양한 대중매체와의 접합을 통해 이루어진 것처럼 이에 따른 연구도 적지 않은 학문 분야의 다양한 접근 방식이 요구된다. 일반적인 커뮤니케이션 연구 경향을 중심으로 현재까지의 만화 커뮤니케이션 연구를 정리하자면 크게 두 축으로 나누어 볼 수 있다. 만화 연구의 한 축은 만화 커뮤니케이션을 송신자와 수신자 간의 메시지 전달(transmission of messages)로 보는 과정학파(process school)로 볼 수 있다. 다른 한 축은 만화 커뮤니케이션을 메시지 또는 텍스트가 어떻게 사람들과 상호작용해서 의미를 생산하고 교환(production and exchange of meaning)하는지를 연구하는 기호학파이다. 이를 각각 만화의 사회과학적 연구, 만화의 인문학적 연구라고 할 수 있을 것이다.<sup>5)</sup>

5) 커뮤니케이션 연구경향에 대한 견해와 분류는 존 피스크의 입장을 받아들였다. 국내 만화연구자들의 연구경향도 이 기준에서 크게 벗어나지 않기 때문이다. 사

만화 커뮤니케이션은 작가가 전달하고자 하는 메시지를 부호화하고 독자가 이를 해독하는 과정을 중심으로 작가와 편집진과의 의사조정 과정, 독자의 개인적 지각차이로 인한 메시지의 의미 변질 과정으로 구성된다. 이는 기존의 매체 커뮤니케이션 모델이나 비주얼 커뮤니케이션 모델에서 그 유형을 찾을 수 있다.<sup>6)</sup> 그러나 이에 대한 만화계의 노력은 아직 미흡해서 만화의 커뮤니케이션 요소들을 정의하고 있는 수준이다.<sup>7)</sup> 기실 만화는 회화, 문학, 연극, 영화, 연속극(드라마), 인터랙티브 아트 등 다양한 매체의 특수성을 수용하고 있어서 만화의 메시지 전달 방식을 정의하기란 쉽지 않은 일이다. 만화 커뮤니케이션의 의미생성이나 의미작용에 대한 논의도 몇몇 만화 기호학적 연구에서 제한적으로 시도됐을 뿐이다.<sup>8)</sup> 이 역시 만화의 구성 체계에 대한 기술적 관점과 표현 형식상의 관습 연구에 집중되어 있어서 의미 있는 연구 결과를 만들지 못하고 있다. 다만 이 같은 기존 연구 사례를 통해 만화가 메시지 전달에 용이하고 서사체로서 다양한 의미작용을 하고 있음을 확인 할 수 있다.

이를 바탕으로 만화의 영상매체 전환 작업이 폭 넓게 진행되고 있는 이유에 접근할 수 있다. 영화가 현실을 그대로 모사하고 재현하기 위한 촬영의 미술이었다면 만화는 현실을 단순화하고 과장해서 재창조하는

---

회과학자들을 중심으로 한 만화의 메시지 전달 효과에 대한 연구, 언어학이나 예술분야 학자들에 의한 텍스트의 의미작용 연구로 구분해 볼 수 있다. 기실 본격적인 만화연구의 발전을 위해서는 사회과학적 연구와 인문학적 연구가 병행되어야 할 것이다.

- 6) R. P 헤리슨, 『만화와 커뮤니케이션』, 현실문화연구, 1989. 참조.
- 7) 물론 커뮤니케이션 일반론 역시 커뮤니케이션에 대해서 만족할 만한 정의를 내놓지 못하고 있다. J. 피스크, 『커뮤니케이션학이란 무엇인가』, 커뮤니케이션북스, 2001. 참조.
- 8) 박수진, 『만화기호학』, 씨엔씨레볼루션, 2005. 참조.

예술이었다. 영화의 메시지 전달 방식이 현실의 극적 재구성이었다면 만화의 메시지 전달 방식은 과현실의 극적 재구성으로 이루어져 있기 때문에 메시지 전달의 효과성이 더욱 극대화 된다. 의미작용 측면에 있어서도 ‘수동적인 응시(passive contemplation)’를 통해 수용되는 영화와 ‘능동적인 사고(active thinking)’가 바탕이 되는 만화와는 큰 차이를 보인다. 영화가 그 전통적 형식을 놓고 볼 때 단순히 메시지를 전달하는 매체였다면 만화는 텍스트에 담긴 의미작용을 가져오는 매체이다. 그런데 최근의 영화는 촬영을 통한 현실의 재현이 아니라 컴퓨터 그래픽에 의한 현실의 과장에 치중하고 있다. 물론 이는 현실의 단순 재현이 아니라 촬영기술의 변화를 모색하기 시작하고 극적 현실을 꾸미기 위한 때부터이다. 그러나 과잉 현실의 제시라는 측면에서 만화는 영화보다 매우 경험 많은 선배가 된다. 만화는 매우 오래전부터 현실을 재창조해서 과현실(過現實)을 만들었지만 영화는 이제 와서 만화를 통해 과현실을 재현하고 있다. 이 점이 영상매체가 문자 기반의 시나리오를 버리고 이미지 기반의 시나리오인 만화에 치중하는 요인이다.

### 3. 서사 만화의 구성 요소와 칸의 커뮤니케이션 효과

과거의 영상매체는 현실의 재현과 주제 전달 효과에 집중했다. 이는 방송이 시청시간, 영화가 상영기간이라는 제한적 수용 메커니즘을 지니고 있기 때문이기도 하다. 반면 만화는 책의 형식을 지니고 있으며 문자 기호의 역사성이 깊은 매체이다. 즉 방송이나 영화처럼 시간에 쫓겨 메시지를 의도적으로 강조하지 않는 여유를 지니고 있다. 이는 만화 텍스트에 대한 해석적 담론의 다양성을 담보하는 부분이고 작가와 독자의



폭넓은 커뮤니케이션을 가능하게 하는 대목이다. 또, 하나의 만화 텍스트 내에 다양한 의미생성 요인을 구성하게 만든 원인이 되기도 한다.

이 같은 전제를 바탕으로 서사 만화의 구성체계와 이야기체 분석을 통해 영화가 만화의 설정을 과도하게 소비<sup>9)</sup>하게 된 이유에 접근해 본다.

만화를 구성하고 있는 외적 요소를 체계화 하면 ‘판형→양면→단면→단→칸→그림형식→효과선→효과문자→지문→말풍선’으로 나눌 수 있다. 만화의 판형은 도서의 출판과 유통을 목적으로 결정되는 것이지만 만화작품의 창작 형식 및 방향 설정에 중요한 의미를 지닌다.<sup>10)</sup> 만화의 면은 양면과 단면으로 나뉜다. 일반적으로 표지를 펼쳤을 때 좌철 만화의 경우는 오른쪽 단면에 속표지를 두고, 속표지를 넘겼을 때 양면으로 펼쳐지는 부분부터가 본 내용을 담고 있다. 즉, 면은 만화적 시간과 이야기의 출발을 알리는 장치이다. 면은 만화의 기본 구성단위인 칸을 담고 있다. 면은 책이라는 원도가 지닌 원도우로 볼 수 있으며 복수의 프레임을 담고 있는 거대 프레임으로 볼 수 있다. 만화의 단은 좌에서 우로 구성된 칸의 나열을 의미하고 위에서 아래로 전개되어 사건과 화자의 전환을 의미한다. 만화의 칸은 표현형식, 서사형식으로서의 만화를 특징 짓는 가장 중요한 요소이다. 칸은 시공간적 배경, 사건의 발생과 변화, 등장인물의 행동 등 서사적 요소 전체와 효

9) 본 논문에서 ‘소비’는 매체 대 매체의 입장에서 특정 매체가 다른 매체의 특수성을 수용 또는 점유하고 있다는 의미에서 사용했다. 일반적인 대중의 매체 소비에 대한 개념의 경우도 문맥 상 ‘소비’라고 서술한 대목이 있지만 이 경우는 일반적인 대중의 개인적인 소비로 인지할 수 있도록 서술했다.

10) 현재 유통되고 있는 만화책의 판형은 4\*6판과 신국판이 주종을 이룬다. 일반적으로 청소년 독자를 대상으로 한 대여점 유통용 작품은 4\*6판, 일반 독자 대상의 작품이나 서점 판매용은 신국판으로 출판된다. 아동 독자 대상의 도서는 국배판이나 변형판으로 출판된다. 이처럼 작품의 주독자가 누구냐에 따라서 관습적으로 판형이 정해지고 판형의 크기와 주독자의 독서력에 따라 단의 개수, 칸의 크기와 배열, 말풍선의 크기 등이 결정되고 있기 때문에 판형도 만화를 구성하는 한 요소로 봐야한다.

과문자, 효과선 등 청각적 요소의 시각화, 동적 요소의 기호화를 보여주는 무대이다. 칸의 배열은 만화연출과 만화에서의 이야기 전개에 가장 중요한 역할을 하는데 대체로 위에서 아래로, 좌에서 우로 나열되어 시간의 흐름을 의미한다. 순차적으로 배열된 칸의 구성 형식은 연속 동작을 기록하기 위한 사진 촬영 기술의 발견 이전에 구축되어 사진과 영상 촬영 기술의 발전과 함께 진보했다.

만화의 그림 형식은 일반적으로 만화체, 극화체, 순정체로 나뉜다. 만화체는 명랑체라고도 하며 대상을 극도로 단순화시키고 과장되게 표현하는 그림 형식으로 인물 묘사의 경우 2~5등신으로 표현하여 얼굴의 표정과 뒤통거리는 움직임에 중점을 둔다. 일반적으로 해학적인 작품에 널리 쓰인다. 극화체는 사실체라고도 하는데 인물 묘사의 경우 5~8등신으로 실제 인체 비와 동일하게 표현되고 주로 치밀한 극적 구성을 지닌 작품에 쓰인다. 극화체는 과도하게 과장된 이야기를 현실감 있게 수용할 수 있도록 하는 장치이기도 하다. 순정체의 경우는 동아시아권 만화 전통에서만 존재하는 독특한 그림 형식으로 9~12등신의 인체비로 표현되며 유럽풍의 배경과 인물들이 묘사되는 소녀 대상의 작품에 주로 활용된다. 각각의 화풍에 따라 만화의 구성 요소 전반에 크고 작은 변화가 발생한다.

만화의 효과선은 움직임, 감정상태, 분위기 등을 연출하는 표현 장치로 칸 안에서의 운동성, 시간의 흐름, 감정의 변화 등을 표현하는 중요한 요소이다. 만화의 효과문자는 각종 소리와 의성어, 의태어 등을 뜻한다. 그림 안에 문자로 표현되지만 지문과 달리 그림의 일부로서 작용한다. 가령 자동차가 빠르게 지나가는 경우 속도감을 나타내는 효과선과 함께 '부우우~' 등으로 표현된다. 만화에서 지문은 작품의 시점에 따라 다양하게 활용되는데 희곡에서와 같은 용례를 지닌다. 만화의 말풍선은 화자의 목소리를 담아내는 요소로서 만화를 대표하는 장치이다. 대체로 칸 위쪽에 놓이며 칸 안에서

벌어지는 사건 중에 발화자가 누구인지를 표시하는 요소이다.<sup>11)</sup>

만화는 이 같은 조형적 기호체계를 중심으로 허구의 세계를 구축하는 서사물이다. 구조주의자들은 서사물을 이야기와 담화로 나누는데 이야기 속에는 그 내용인 사건들(행위, 사고)과 존재하는 것들(인물들, 배경)이 들어 있다. 담화(discours)는 표현 방법으로서 내용이 전달되는 수단을 가리킨다. 간단히 말하면 이야기는 서사물에서 묘사되는 ‘무엇’이고 담화는 ‘어떻게’이다. 서사물에는 메시지의 전체로부터 독립될 수 있는 자율적인 의미의 층인 이야기가 존재한다. 이야기는 그것을 전달하는 기술로부터 독립적이다. 그것은 그 본질적인 특성들을 상실하지 않은 채 한 매체로부터 다른 매체로 번역될 수 있다.<sup>12)</sup> 즉 이야기는 표현방법을 가리지 않고 어떤 매체로의 변환도 가능하다. 물론 이야기를 구성하는 요소들의 개별적인 변환도 얼마든지 가능하다. 이야기체를 이루는 요소로는 소재 및 제재, 플롯, 갈등요소, 극적상황 등이 있다. 일반적으로 재미 있는 이야기체에는 이례적인 소재와 작품구성, 필연적인 극구성, 긴장과 위기감 조성 등의 요소가 도입부, 전개부, 절정, 반전부, 결말에 적절하게 배분되어 있다. 그러나 이는 모든 이야기체에 적용 가능한 요소이다. 만화만이 지닌 이야기체의 장점으로는 볼 수 없고 다른 기술을 사용하고 있는 영화나 드라마가 만화의 이야기를 수용하고 있는 원인으로도 볼 수 없다. 그런데 앞서 살펴 본 것과 같이 만화는 조형적 장치들을 통한 시청각적 표현 요소를 모두 담고 있다.

만화의 칸은 서사를 구성하는 이야기이자 담화이다. 칸 안에서 사건이 발생하고 배경이 주어지며 인물이 움직인다. 그리고 칸은 칸 안의

11) 박석환, 「만화콘텐츠의 서사구조와 이데올로기연구」, 성균관대학교 언론정보대학원 석사논문, 2005. 참조.

12) 김용락·김미림, 『서사만화개론』, 범우사, 1999, 145-147쪽 부분 인용.

내용을 극대화시키기 위한 각종 효과문자, 효과선을 포함하고 있다. 그런데 이 칸은 영화나 드라마처럼 하나의 윈도우에 갇혀 있지 않다. 직렬로 연결되어 있는 영화나 드라마의 프레임과 달리 책이라는 윈도우에 자유롭게 펼쳐져 있다. 자유롭게 놓인 복수개의 프레임은 고정된 윈도우 뒤에서 일정하게 재생되는 프레임과 달리 독자가 스스로 프레임을 조합해가는 과정을 통해 이야기가 전개된다.

이처럼 만화의 칸은 ①시청각적 요소와 동적 요소를 기호화하고 있으며 ②복수개의 프레임이 자유롭게 펼쳐져 있고, ③독자 스스로 프레임과 프레임을 연결해서 의미를 생성하고 시공간을 자유롭게 조정할 수 있는 특징을 지닌다. 만화의 칸이 지닌 독특한 커뮤니케이션 형태는 칸 안에 담긴 내용과 전체 서사에도 중요한 역할을 한다. 시청각적 요소와 동적 요소의 기호화는 현실을 단순 묘사하는 것이 아니라 극적이고 과장되게 묘사하도록 하는 요인이 되고, 프레임의 단절과 자유로운 연결은 이야기의 전달 방식과 서사형식에 대한 다양한 실험이 가능하도록 하는 요인이 됐다. 또한 이야기 외적 정보 전달 효과를 포함할 수 있도록 했다. 칸새, 홈통이라고도 하는 프레임과 프레임 사이의 여백은 독자와의 지속적인 피드백이 이뤄지는 요인이 된다. 이처럼 서사적 장치로서 칸이 지닌 특징은 공상과학, 공포, 추리, 액션, 로맨스, 스포츠 등 자유로운 상상력과 이례적인 소재를 담은 이야기로 발전하게 만드는 역할을 했다. 영화나 드라마 같은 영상 서사물이 만화에서 찾는 것이 바로 이 이례적인 소재이다. 이례적인 소재라는 것이 과거에는 허무맹랑한 만화적 이야기라는 이유로 터부시 되어왔던 측면도 있다. 그러나 최근에는 대중의 정서가 영상적 자극과 함께 새롭고 독특한 서사적 자극을 추구하는 쪽으로 변하고 있는 것도 중요한 이유가 된다.

이상의 논의에서 알 수 있는 것과 같이 만화는 시청각적 표현 요소와

이례적인 소재를 지니고 있다. 그런데 이 역시 다른 매체에 비해 만화가 조금 더 다양한 표현 요소와 소재를 다루고 있을 뿐 만화만의 유일무이한 특징이라고 보기는 어렵다. 그보다는 만화가 시청각적 표현 요소를 바탕으로 이례적인 소재를 이야기로 엮고 있기 때문에 영상화가 용이하고 영상 창작의 프리프로덕션 단계를 획기적으로 단축시켜준다는 기능적 요소 때문일 것이다. 즉 만화는 영상 서사물을 만들기 위한 ‘거친 얘기 거리’와 함께 인물, 배경, 사건이 구체적이고 시각적으로 제시되어 있다. 이 때문에 영상 기획 단계에서 투자자와 제작진, 감독과 스텝, 감독과 배우 간에 효과적인 커뮤니케이션이 가능하다. 또, 인기 만화의 경우는 소재 측면에서 대중의 선호도를 반영했다고 볼 수 있기 때문에 고비용과 위험부담이 큰 흥행 산업일수록 만화의 기능적 장점들을 적극 활용하고 있다고 볼 수 있다. 그런데 다수의 영상화 작업 결과를 통해 볼 때 만화의 인물, 배경, 사건은 받아들이고 있지만 주제나 구성 측면에서는 별도의 설정을 택하는 경우가 많다. 이는 영상매체가 만화의 소재적 가치에만 집중한 산업적 목적성에 기인한 것으로 분석할 수 있다.

#### 4. 만화산업론에서 문화콘텐츠소재론으로의 전개

만화에 대한 산업적 논의의 출발은 해방 전후로부터 살펴 볼 수 있다. 이 시기에 김용환의 코주부가 본격적인 캐릭터 만화로 떠오르기 시작했고 이데올로기가 다른 두 개의 만화가단체가 형성됐다. 미군정청의 문화정책으로 미국만화가 유입되면서 각종 방식으로 만화 지면을 만들어냈고 한국전 때는 일본만화 불법 복제물이 대량 유통되면서 전국적으로 만화방이 성업을 이루었다. 창작, 매체, 유통, 소비에 이르는 만화산업의

기초 골격이 구축된 것이다. 만화의 문화사적 변천 과정 역시 이 같은 기준을 크게 벗어나지 않는다. 천재적 작가의 출현 관련 유파의 등장과 색다른 가치를 지닌 매체의 등장, 이를 충족시킬 수 있는 유통 구조의 구축과 대량소비를 감당할 수 있는 상품군 구성 등의 과정이 반복됐다.<sup>13)</sup>

그러나 이 같은 흐름은 문화사적이고 산업적인 성숙단계에 접어들면서 매번 우리사회의 교양주의 앞에 무릎 꿇고 말았다. 물론 여기에는 대량소비를 만족시키기 위해 일본만화의 불법 복제본 대량유입, 수준이 하의 만화 작품 양산 등 무리하게 종수와 독자층을 늘려온 우리만화계의 향락주의도 한 역할을 했다. 이 때문에 우리만화는 10년을 주기로 호황과 불황을 오가는 짧은 생명주기를 지닌 문화상품이 됐다. 아이들의 문화, 유희적 문화, 비생산적 문화, 아이들 산업, 일회성 단기 수익사업 등 만화에 대한 인식 변화도 우리만화의 생명주기와 함께 오르막과 내리막을 반복했다.<sup>14)</sup> 이에 대한 인식 재고를 목표로 했던 만화계 일각의 노력 역시 만화에 대한 방송과 언론 보도관행으로 인해 변화 없이 지속됐다.

이현세, 허영만 등 걸출한 스타작가를 발굴해 낸 80년대의 대본계 만화 시스템 역시 일본성애만화의 청소년 구독 문제로 여론과 언론의 공격 앞에 주저앉았다.<sup>15)</sup> 만화계는 이 시기를 전후로 일본의 잡지만화 시스템을 도입해서 코믹스계 만화라는 새로운 출구를 마련해 90년대를 맞았다. 하지만 이 시스템 역시 무리한 종수 확대와 대본계 만화의 소비창

13) 한국문화콘텐츠진흥원, 「만화산업 성장기 발전전략 연구」, 2003. 참조

14) 박석환, 『코믹스만화의 세계』, 살림출판사, 2005. 참조

15) 당시 만화계는 대본계 만화 시스템의 완성으로 역대 최고의 호황을 누렸다. 그러나 일본성애만화를 무단으로 복제 출판한 몇몇 출판사들로 인해 학부모 단체와 여론의 몰매를 맞았다. 물론 양적 팽창에만 주력하면서 ‘공장만화’ 등의 비판을 받아온 만화계에 근본적인 문제가 있었지만 일본성애만화의 문제를 만화 전체의 문제로 간주했던 여론과 언론의 태도도 문제였다.

구였던 만화방과 유사한 형태의 대여점 시스템을 받아들이면서 주저않았다.

반면 90년대는 그간의 만화사에서 찾을 수 없는 몇몇 이론적 논의들이 활기차게 제기됐다. 먼저 민중운동이 문화예술운동으로 발전하면서 우리문화에 대한 새로운 인식적 공감대가 형성됐고 여러 이론가들에 의해 시대상을 반영하고 있는 기록으로서의 만화에 대한 담론이 풍성해졌다. 이와 함께 고부가가치 산업으로서 문화산업에 대한 정부와 민간기업의 관심이 증폭됐다. 이 시기에 만화는 자의와는 무관하게 대중문화산업의 기초예술 장르, 문화산업의 테스트베드로서의 역할을 맡으면서 각광받기 시작했다. 입체적 캐릭터와 영상적 이미지, 다양한 에피소드와 서사구조를 지닌 만화산업을 발전시키면 캐릭터, 애니메이션, 게임, 테마파크, 영화, 드라마 등 대중문화산업 또는 문화콘텐츠산업 전반의 기초체력을 증진시킬 수 있을 것이고 관련 상품의 부가가치 창출이 가능하다는 이론이 사례검증 과정 없이 채택되면서 만화는 문화산업의 최전선을 차지하게 됐다.<sup>16)</sup> 95년 열린 제 회 서울국제만화애니메이션페스티벌의 성공은 만화산업론의 본격적 개막을 알린 만화사적 사건이 됐다.

만화 업체를 중심으로 애니메이션, 게임, 완구 업체 등이 참여하고 중앙정부의 적극적인 지원 하에 거행된 이 행사는 만화의 문화산업적 가치와 정부의 문화산업에 대한 의지를 명확히 한 것이다. 이후 만화산업론을 구체적으로 실현하기 위한 기업 현장의 노력이 본격화되면서 만화산업을 중심으로 한 원 소스 멀티 유즈(One Source Multi Use)전략의 사례들이 하나둘씩 도출됐다. 그러나 이를 단적으로 표현하자면 뿌리가 튼튼하지 않은 묘목은 열매를 맺지 않는다는 이치를 확인한 것에 불과했다.<sup>17)</sup> 대기업의 만화산업 참여는 작가 또는 군소 출판사와 긴밀한 유대

16) 한창완, 『만화산업연구』, 글논그림발, 1996. 참조.

를 형성하지 못한 채 실패로 끝났고, 지방자치단체의 관심은 특색 없는 캐릭터의 양산과 붕어빵 행사 개최로 정리됐다. 이는 결과적으로 기존의 ‘만화 자원(대중에게 폭넓게 인지된 작품 및 캐릭터)’을 충실하게 활용하지 않은 채 독자적인 만화상품 개발에 주력한 탓이고 이를 대중에게 인지 강화시키기 위한 전략의 부재, 대중의 인식을 위한 시간을 감당하지 못한 성급한 자본의 문제로 귀결됐다. 몇 안 되는 성공사례 중 하나인 『아기공룡둘리』의 경우는 20여 년간 대중으로부터 사랑받았던 뿌리 깊은 만화자원이었기 때문인 것으로 결론지었다.<sup>18)</sup>

만화산업론의 핵심 자원이 20년 쯤 지난 작품의 구성요소(주요 설정, 캐릭터 등)를 바탕으로 한다는 점을 인식하게 된 업계에서는 OSMU 무용론이 불거졌다.<sup>19)</sup> 이 시기를 전후로 등장한 것이 ‘만화원작산업론’<sup>20)</sup>이다. 이는 문화산업 진흥에 집중된 정부의 정책 목표 조정을 요구했던 인문학계와 기초예술 분야를 중심으로 등장한 ‘문화원형콘텐츠사업’의 영향으로도 볼 수 있다.

그런데 만화산업론이 만화 자체의 산업적 가치에 집중한 개념이라면 만화원작산업론은 만화의 소재적 가치에 집중한 개념이다. 즉, 만화산업론이 다른 문화 산업으로서의 전개를 목적으로 새롭게 기획된 작품을 의미한다면 만화원작산업론은 다른 문화 산업에서 만화의 소재를 이용

17) 만화산업론의 성과에 대한 기대치는 대기업의 참여와 지방자치단체의 적극적인 구매가 맞물리면서 과도하게 부풀려졌다.

18) 『아기공룡 둘리』는 80년대 「보물섬」이라는 만화잡지를 통해 일반에 알려지기 시작했다. 둘리는 대중의 폭 넓은 인지도를 바탕으로 TV 애니메이션, 극장용 애니메이션 등을 거쳐 가장 대중적인 캐릭터로 성장했다. 20세 성년식을 통해 부천시민이 되기도 한 둘리는 만화산업론이 키워낸 스타라 할 수 있다.

19) 정부는 OSMU 전략을 이론적 토대로 한 한국문화콘텐츠진흥원을 설립하고 OSMU 성공사례 구축을 위한 스타프로젝트를 추진했으나 별다른 성과를 만들어 내지 못했다.

20) 한국문화콘텐츠진흥원, 위의 책. 참조.



하라는 의미가 된다. 이는 얼핏 동일 개념으로 이해할 수 있지만 명백한 차이를 보인다. 만화산업론이 OSMU라는 전략적 기대치를 바탕으로 새로운 만화의 생산을 견인하면서 문화산업 전체의 줄기가 되는 역할을 강조했다면, 만화원작산업론은 폭넓은 대중적 인지도를 확보한 기존 만화 또는 만화의 설정을 이용한 저작권 사업의 한 측면을 강조하는데 그치고 있다. 이는 널리 알려진 오래된 작품의 재해석에 치중하게 함으로써 ‘생산 없는 소비’를 반복시키는 문제를 낳는다.<sup>21)</sup>

## 5. 만화의 소재적 가치와 생산 없는 소비시대

만화는 이야기체의 형식을 지니고 있고 이야기체는 그 안에 다양한 구성 요소를 지니고 있다. 각각의 구성 요소는 표현 기술(글, 그림, 소리, 영상 등)이나 매체 형식(사진, 연극, 영화, TV 등)과 관계없이 어떤 방식으로의 변환도 가능하다. 표현기술의 역사적 발전과정에 있어서는 영상이 사실의 재현이라는 요소에 집중되어 있던 것과 달리 만화는 사실의 과장과 기호화라는 요소에 집중되어 있다. 이 같은 표현 기술의 차이점은 동일한 이야기체를 구성하고 전개하는 데에 있어서 차별적 요인으로 작용한다. 영화는 동일한 이야기체의 형식을 지닌 만화를 원작으로 활용함에 있어서 이야기 구성 요인과 전개의 차별성, 즉 이례적인 설정을 수용하고 있다. 또한 만화는 출판의 형식으로 일련의 독자들에게 작품의 가치에 대한 검증을 득한 상황이다. 무엇보다 영화 제작의 필수 요소들이 이야기체 속에 녹아 있기 때문에 영화 제작 단계를 수월하게 한다. 이 같은 만화의 소재적이고 기능적인 가치는 만화의 산업적 가치로 확

21) 박석환, 「위기의 만화산업, 마케팅 철학이 변해야」, 『계간만화』, 2004. 봄. 참조

대 논의됐고 문화산업 전반에 걸쳐 만화를 원작으로 한 문화콘텐츠 상품화 전략이 파급되도록 했다. 만화를 원작으로 한 영화나 드라마의 제작 활성화는 만화산업의 발전과 만화에 대한 사회문화적 인식전환에도 많은 역할을 했다. 그러나 만화사적 입장에서 볼 때 만화의 소재적 가치와 기능적 가치를 중심으로 한 만화원작산업론의 활성화는 그 논의의 시작이 ‘이미 발표된 만화 작품’이라는 함의를 두고 있기 때문에 생산 없는 소비의 문제를 야기한다.

이미 발표된 만화 작품을 중심으로 만화산업과 시장이 유지 강화되면 새로운 만화작가의 발굴과 신규 작품에 대한 투자가 제한 될 수밖에 없다. 이는 신규만화의 잡지 연재를 중심으로 전개되는 기존의 만화시장은 상이한 부분에 놓인다.<sup>22)</sup> 즉, 만화원작의 영화화가 성공하고 해당 작품에 대한 대중적 관심이 높아진다고 하더라도 이런 효과가 현재의 만화시장에 직접적인 효과를 발생시키지 못하는 문제가 발생한다. 투자주체와 수익의 주체가 달라짐으로 인해 기존 만화전문출판업체는 신규작가 발굴과 작품 투자에 회의적여 질 수 있다.<sup>23)</sup>

22) 현재 만화시장을 구성하고 있는 업체들은 크게 네 부분으로 나눌 수 있다. 대표적인 코믹스계 만화업체는 다수개의 연재만화잡지를 바탕으로 단행본 만화 출판과 관련 비즈니스를 전개한다. 대본계 만화업체는 만화방에만 공급되는 무협, 액션, 성인 만화를 발행한다. 서점계 만화업체는 전통적인 만화출판 전문업체인 코믹스계와 대본계에 포함되지 않는 출판업체로 학습, 교양만화나 인기만화의 복간작을 발행한다. 마지막으로 온라인계 만화업체는 상기 출판업체가 생산한 콘텐츠를 전자책 형식으로 서비스한다.

23) 영화나 드라마화 되고 있는 만화원작의 대부분은 코믹스계와 대본계의 지속적인 투자로 인해 생산된 작품이다. 그러나 이들 만화전문업체는 연속만화라는 시장의 형식적 특징 등으로 인해 전통적으로 재고 관리를 하지 않고 있으며 재판 발행을 제한하고 있다. 이에 따라 출판 된 후 일정한 기간 후에 영상화 되는 만화의 경우는 만화전문출판사가 아니라 일반적인 출판사에서 복간의 형식으로 출판된다. 즉, 작품 생산에 대한 투자는 코믹스계와 대본계에서 하고 그 파급효과는 전통적인 만화시장과 관계없는 출판사가 누리고 있다.

물론, 최근 출판만화시장의 위축 원인은 매우 다양한 범위에 걸쳐있다. 수입 일본만화를 중심으로 한 공급 초과, 인터넷 등 경쟁매체의 출현과 대체소비 심화, 게임 등의 분야로 신규인력 분산, 기존 인력 유출 등이 동시 다발적으로 이뤄지고 있다. 이는 공히 우리 만화의 창작 시장을 위축시키고 있다. 즉, 일본만화의 수입은 국내 만화의 창작 없이도 출판만화시장을 유지하게 했고, 인터넷과 구작 중심의 인터넷만화방은 새로운 작품 없이도 만화를 즐길 수 있게 하고 있다. 여기에 창작 인력들이 게임 등 유사분야로 진출하면서 일 할 사람도 없고 일을 안 해도 시장이 유지되는 기현상이 나타나고 있다.

이처럼 우리 만화계의 생산구조가 건강하지 못한 상황에서 만화원작 산업론, 만화의 영상화 등에 대한 논의의 확대는 한편으로 '대안적 출구의 제시'가 될 수 있다. 그러나 이 논의의 바탕이 새로운 만화작품의 창작을 바탕으로 하지 않고, 이미 발행되어 대중에게 익숙해진 만화에 대한 것이 되고 있기 때문에 생산 없는 소비의 문제가 발생하고 성공사례가 나오면 나올수록 전통적인 만화출판업체들의 상대적 박탈감이 커지고 있는 것이다.<sup>24)</sup>

이와 함께 영상매체가 만화원작의 일부 설정만 집중적으로 소비함으로써 생기는 문제도 지적되어야 한다. 만화와 만화를 원작으로 한 영화는 다른 작품이어야 한다는 점을 부인할 수 없지만 만화의 일부 설정에 집중하고 있는 영화의 성공이 서사만화의 본래적 의미와 장점을 축소시킬 수 있기 때문이다. 최근 활발하게 영상화 되고 있는 한 만화작가의 작품은 서사만화의 문법이 아니라 영상매체의 표현 수단을 옮겨 놓는데

24) 기실 코믹스계 만화 업체들은 시장의 변화와 대중의 요구에 맞춰서 그간의 전통적 조직에 혁신을 추구하고 있다. OSMU 전담부서를 만들고 애니메이션에 대한 투자나, 케이블 방송업으로의 진출 등을 준비하고 있다. 이들 역시 우리 만화작가들에 의한 우리 만화의 생산을 위한 투자에 게을러지고 있다.

집중한다. 이 같은 현상이 심화될 경우 서사만화는 만화 자체로서 발전하지 못하고 기형적인 모습으로 성장할 수 있고 중국에는 최근 영상매체가 만화에서 찾고 있는 가치를 지니지 못한 것이 될 수도 있다. 이는 우리 만화계가 크게 고민해야 할 부분이다.

마지막으로 만화의 소재적 가치와 기능적 가치가 영화나 드라마의 성공요인이 되고, 만화원작을 바탕으로 한 영상문화콘텐츠 산업의 발전을 원한다면 신규 만화의 생산을 만화계 내부의 문제로만 덮어두어서는 안 된다. 소재 기근에 시달리던 영화계와 방송계가 한동안 시나리오 작가와 방송 작가 양성에 힘쓴 것처럼 소재 기근의 문제를 만화작가와 만화 스토리텔링에서 찾고 있다면 영화계와 방송계도 만화작품의 직접적인 생산 지원에 관심을 두어야 한다. 즉 소재 소비와 소재 생산이 병행되어야 한다. 이 같은 주장이 다소 무리가 있는 것으로 인식될 수도 있으나 이미 문화콘텐츠 선진국들은 복합미디어기업을 표방하면서 출판, 잡지, 방송, 영화, 인터넷 비즈니스를 하나로 묶어가고 있다. 이는 기존의 미디어 소비 형식을 콘텐츠 포트폴리오 소비로 변화시켜가기 위한 전략이다. 우리 문화콘텐츠계도 이 같은 사례에 주목해야 한다.

## 참고문헌

- 권상희 외, 『현대사회와 미디어의 이해』, 커뮤니케이션북스, 2005.
- 김용락·김미림, 『서사만화개론』, 범우사, 1999.
- 랜달 피 해리슨, 하종원 역, 『만화와 커뮤니케이션』, 현실문화연구, 1989.
- 박석환, 「만화콘텐츠의 서사구조와 이데올로기연구」, 성균관대학교 인문정보대학원 석사논문, 2005.
- 박석환, 「영상매체의 만화 따먹기」, 『이슈』 21호, 대원씨아이, 2004.
- 박석환, 「위기의 만화산업, 마케팅 철학이 변해야」, 『계간만화』, 씨엔씨레볼루션, 2004 봄.
- 박석환, 『코믹스만화의 세계』, 살림출판사, 2005.
- 박수진, 『만화기호학』, 씨엔씨레볼루션, 2005.
- 백선기, 『대중문화, 그 기호학적 해석의 즐거움』, 커뮤니케이션북스, 2004.
- 제임스 커런 외, 백선기 역, 『대중문화와 문화연구』, 커뮤니케이션북스, 1999.
- 존 피스크, 김선남 역, 『커뮤니케이션학이란 무엇인가』, 커뮤니케이션북스, 2001.
- 피 엠 레스터 외, 금동호·김성민 역, 『비주얼커뮤니케이션』, 나남출판, 1996.
- 한국만화문화연구원, 『히영만표 만화와 환호하는 군중들』, 김영사, 2004.
- 한국문화콘텐츠진흥원, 「만화산업 중장기 발전전략 연구」, 2003.
- 한창완, 『만화산업연구』, 글논그림밭, 1996.

## OSMU! Profit and loss of the cartoon

Park, Seok-Hwan

A movie with the cartoon, 『War of Flower』 as the original work and with the name the same as that of this cartoon gained a great deal of popularity. In this line, productions of movies or dramas based on comics are increasing. Therefore this research is intended to clarify the reason movies and dramas use the peculiar settings of cartoon, and to study how the industry development of one source multi use originated from cartoon affects our cartoon industry.

While video media have been focused on the reality reproduction faithful in delivering the messages, cartoon have been creating surreality in texts that can produce various meanings. Also, as cartoon have free styles of speeches in their expressions, they have a strong concept as cultural contents resources in which each of their settings may be separately utilized. Owing to such characteristics, it is predicted that cartoon are will continue to be produced in diverse styles of video contents. On the other hand, it needs be warned that such characteristics of cartoon are concentrated on functional values and materialistic values. Repeating consumption of only the popular works of the past with no production of new cartoon, that may cause a distorted forms of development with no production.

---

Key Words

Cartoon, Semiotics, Cartoon Communication, Cartoon Industry, One Source Multi Use

\* 위 논문은 2006년 11월 4일 투고되어, 11월 27일 심사 완료 후, 12월 8일 게재가 확정되었음.

K C I