

아동미술과 웹툰의 접목의 성공가능성에 대한 연구

조형익, 박강석

예원예술대학교

A Study about success possibility on Incorporate Children's art into Webtoon .

Hyung-ik Cho, Kang-seok Park

Yewon art university

E-mail : hypocrycy@naver.com, fkddkdus@naver.com

요 약

한국에서 웹툰의 인기는 과거에 비교해 볼 때 점차 확대 되고 있고, 한국 만화 시장에서 웹툰의 성장률은 이미 출판만화의 성장률을 뛰어 넘고 있다. 한국 웹툰을 주로 애용하는 이용층은 10대에서 20대가 주를 이루고 있었으나 점차 아동층의 이용증가세가 눈에 띄고 있다. 과거부터 한국에서 아동용 교육용으로서 애니메이션과 아동미술의 접목은 많이 시도되어 왔고 많은 성공을 거두고 있으며 마켓웨어 또한 굉장히 높은 편이다. 이 두 가지를 이용, 웹툰과 아동미술의 접목 또한 아동들에게 영향력이 있을 것이라 예상 하고 이 두 분야의 접목에 대해 긍정적인 부분과 부정적인 부분을 비교 분석하여 발전 방향을 제시하고자 한다.

키워드

Webtoon, Children's Art

I. 서 론

현재 국내 출판만화 즉 오프라인 만화 이용비중은 점점 하락하고 있다. 그렇지만 어린이 출판만화 시장은 점점 커지고 있다. 그러나 웹툰 시장은 오프라인 만화시장과 반대로 점점 커져 2018년 8805억원 규모로 성장 할 것으로 예상되어 지고 있다. 또 웹툰은 현재 10대, 20대가 주로 사용하고 주로 스마트폰을 통해 접한다. 그러나 스마트폰의 보급률이 증가하면서 아동들의 스마트폰 이용률도 증가함에 따라 아동들의 웹툰 이용률이 증가하고 있다. 과거부터 국내에서는 지구 온난화와 환경파괴에 대한 교육적인 내용을 담고있는 '냉장고 나라 코코몽', 안전사고에 대비할 수 있는 안전습관 교육용 애니메이션인 '꼬마 버스 타요' 등 아동교육용으로 애니메이션인 '우당탕탕 아이쿠', 교통안전 교육애니메이션과 아동미술의 접목은 많이 시도 되어 왔고 많은 성공을 거두고 있으며 마켓웨어 또한 굉장히 높은 편이다. 이 점들을 보았을 때 웹툰과 아동을 교육적으로 접목하는 것 또한 아동들에게 영향력이 있

을 것이라 예상하고 이 두 분야의 교육적인 목적으로 접목하는 것에 대해 긍정적인 부분과 부정적인 부분을 서로 비교, 분석 하여 발전 방향을 제시하고자 한다.

II. 본 론

1. 한국 만화 시장에서 어린이 만화 규모

2012년에 이미 한국 만화 시장에서는 온라인 만화 이용 비중이 오프라인 만화 이용 비중을 약 60 : 40으로 넘어섰다. (그림 1)

또한 앞으로 웹툰 시장은 2018년에 8805억원 상당의 규모로 더 발전할 것으로 전망되어 지고 있다. (그림 2)

이렇게 오프라인 만화 시장이 작아지고 있는 와중에도 어린이 만화의 시장은 더 커졌다. (그림 3)

웹툰 시장은 커지고 오프라인 만화 시장은 작아지고 있지만 어린이 만화시장은 점점 더 커지고 있다. 또 현재 어린이 만화시장은 교육만화가 위주이다.

오프라인 및 온라인 만화 이용 비중

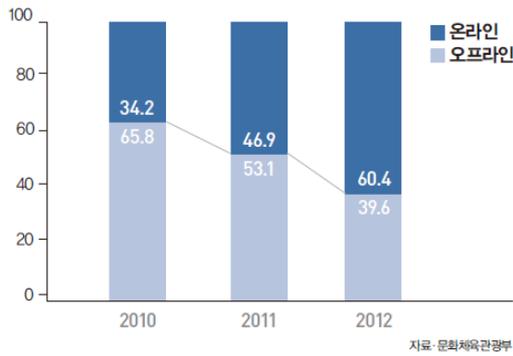


그림 1. 온·오프라인 만화이용 비중
출처 : 문화체육관광부

스마트폰 보급이 증가하면서 아동들도 스마트폰을 사용하는 비중이 늘어났다. 휴대폰 보유율은 소폭 증가 하였으나 일반휴대폰 보유율이 크게 감소하고 스마트폰 보유율이 크게 증가하였다.



그림 4. 어린이 및 청소년의 휴대폰 보유율 추이
출처: 정보통신정책연구원

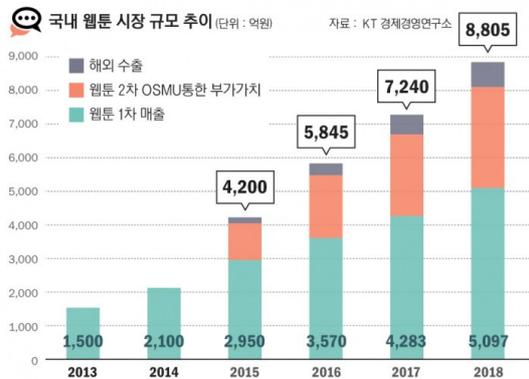


그림 2. 국내 웹툰시장 규모 추이
출처: KT경제경영연구소

아래 그림과 같이 웹툰은 모바일 65%, PC 35%로 모바일로 보는 경우가 많다.



그림 5. 네이버 웹툰 모바일 이용률
출처: 네이버 10주년 프로모션

구분	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년 점유율 (추정)	2012년 전년대비
만화단행본	879	807	936	902	1,007	958	939	930	26.5%
어린이만화	2,111	2,334	2,065	1,735	2,200	2,491	2,534	2,534	69.0%
일일만화	205	198	163	150	113	97	84	84	2.7%
만화잡지	24.0	16.9	15.1	13.4	11.8	9.1	7.9	8	0.3%
어린이만화잡지	58	66	66	69	62	56	93	93	1.6%
라이트노벨	89	96	149	149	148	182	234	234	5.0%
장르소설	724	648	678	625	567	537	332	581	14.9%
시장 규모(추정)	4,090	4,109	3,703	4,275	4,108	4,330	3,975	3,590	100%
									5.1%

그림 3. 한국 만화시장 규모
출처: 만화산업백서 2013

이런 점들을 보았을 때 어린이 만화를 웹툰화 하여 웹툰과 아동 미술을 교육적인 목적으로 접목했을 때 좋은 성과를 낼 수 있을 것이라 예상된다.

2.스마트폰 보급률 증가에 따른 웹툰이용 증가

그에 따라서 아동들의 웹툰 이용 비중, 이용시간 및 이용편수 또한 증가 하였다.

구분	웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수 - 성, 연령별									
	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	
2010년 (N=622명)	622명	352명	270명	155명	162명	132명	108명	49명	16명	
웹툰 이용비중	28.6	28.2	24.6	29.8	28.3	22.7	24.9	25.5	26.9	
한 달 평균 이용시간	32.1	32.4	31.8	32.3	32.1	30.9	33.4	33.4	28.9	
한 달 평균 이용편수	6.5	7.3	5.6	6.8	6.8	6.3	7.0	5.4	3.5	
2011년 (N=633명)	633명	340명	293명	167명	182명	110명	95명	56명	23명	
웹툰 이용비중	32.0	32.6	31.3	43.1	31.1	26.1	24.7	29.6	22.9	
1회 평균 이용시간	29.2	30.3	28.0	29.6	28.9	31.4	28.5	28.5	23.7	
한 달 평균 이용편수	8.9	9.3	8.4	7.7	10.8	8.3	8.0	9.9	6.6	

그림 6. 웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수 성,연령별 출처: 만화산업백서 2011

3.교육적 목적

‘냉장고 나라 코코몽’ 같은 경우 아이들의 식습관을 바르게 잡아 줄수 있다는 반응이 많았고 영어 교육용인 헬로코코몽1기와 2기, 코코몽 1기, 2기, 3기 총 5가지 애니메이션으로 제작될 정도로 호응이 좋았고 TNS미디어 코리아에 따르면 방송 첫주에 EBS 전체 시청률 1위를 차지하고 3회만에 가구시청률 2.77%, 4-6세 타깃시청률 6.08% 특히 4~6세 타깃 점유율이 61%라는 경이적인 수치를 기록했다고 한다.



그림 7. 다양한 종류의 코코몽
출처: 코코몽 홈페이지

또 인기 웹툰 ‘조선왕조실록’은 현재까지 3권이 출판되었고 1편은 단행본으로 출간되었을 당시 출간되자마자 인터넷 서점의 역사분야에서 1위를 차지하였다. 파이낸셜뉴스 기사에 따르면 출판업계 관계자는 “만화나 놀이, 체험 등 교재를 시작으로 매년 참신해 지고 있다”며 “공부를 위한 책이 지루하다는 인식을 줄이면서 독자에게도 호응이 높다”고 말했다고 한다. 또 MBC every1 채널에서 시즌2 까지 드라마로도 만들어졌다.



그림 8. 조선왕조실록
출처: 네이버 책



그림 9. 튠드라쇼 - 조선왕조실록
출처: MBC every 1

4.부정적인 측면

2012년에 조선일보는 “열혈초등학교, 이 폭력 웹툰을 아십니까?” 라는 제목으로 웹툰이 학교폭력을 조장하고 있다는 기사를 1면으로 보도하였고 그에 따라 방송통신심의위원회는 2일뒤 웹툰의 모니터링을 강화하겠다는 성명서를 발표하고 ‘열혈 초등학교’는 연재를 중단하였다. 또 20여 작품을 청소년 유해매체로 선정하여 학부모들에게 웹툰에 대해 부정적인 인식을 심어주었다고 생각한다.



그림 10. 조선일보 ‘열혈초등학교’ 기사
출처: 조선일보

5. 추후계획

한국 오프라인 만화 시장은 점점 작아지고 있음에도 불구하고 어린이만화 시장은 커져가고 있고 어린이 교육용 애니메이션들 또한 성공을 거두고 있다. 또 웹툰 시장은 점점 더 커질 것으로 예상되고 있기 때문에 아동교육용으로 웹툰의 접목은 수익창출을 하기에 가능성이 충분하다고 생각된다. 그에 따라 아래와 같은 순서로 추가적으로 연구해 보도록 하겠다.

- 1) 학부모들의 웹툰에 대한 인식조사
- 2) 성공한 아동애니메이션의 공통점, 문제점 조사
- 3) 조사를 바탕으로 웹툰 제작 - 호응이 좋았던 주제를 중심으로 제작
- 4) 아동, 학부모 반응 조사

III. 결 론

오프라인 만화시장은 점점 작아지고 온라인 만화 즉 웹툰 시장이 커져가지만 어린이 만화시장은 점점 커져가고 있다. 또 아동들의 스마트폰 이용량이 증가하고 있으며 대부분의 웹툰 이용자들이 스마트폰을 이용하여 모바일로 이용한다는 점과 과거부터 현재까지 교육용 애니메이션들의 좋은 반응들을 미루어 보았을 때 충분히 아동 교육용으로 아동과 웹툰의 접목은 좋은 방향으로 발전할 수 있다고 생각한다. 또 현재 학부모들에게 웹툰에 대한 부정적인 인식이 있는 부분이 있기 때문에 아동과 웹툰을 교육적으로 접목시키는 것으로 학부모들에게도 긍정적인 인식을 심어 줄

수 있고 OSMU를 이용해 충분히 수익창출을 기대할 수 있다고 생각한다. 그에 따라서 추후 논문에는 좋은 성과를 얻었던 아동 교육용 애니메이션들에 대해 더 자세히 조사하여 비교, 분석 후 긍정적인 영향을 주었던 내용이나 주제를 토대로 아동교육용 웹툰을 제작하여 설문을 통해 아동과 웹툰의 교육적인 목적으로 접목에 대한 가능성에 대해 연구해 보도록 하겠다.

IV. 참고문헌

- [1] 만화산업백서 2011
- [2] 만화산업백서 2013
- [3] <http://campaign.naver.com/webtoon/>
네이버 웹툰 10주년 프로모션