

# Scene flow 방식을 이용한 모바일 만화 저작 기법

조은애, 고희창, 모해규

## 목 차

- I. 서론
  - II. 스토리텔링과 Scene Flow
  - III. Scene Flow 방식을 적용한 모바일 만화 저작도구
  - IV. 결론
- 참고문헌  
ABSTRACT

## 초 록

휴대형 기기의 보급화에 의한 모바일 콘텐츠 수요와 시장이 급속히 증가함에 따라 디지털 만화 시장은 새로운 성장 모멘텀을 찾고 있다. 기존 웹툰, 페이지 뷰어만화, 전자종이만화를 주축으로 형성되던 디지털 만화 시장은 만화의 콘텐츠로서 지니는 강한 경쟁력과 전통적 종이출판물이 지니는 성장 동력의 한계 사이에서, 산업적으로나 문화적으로 새로운 매체에 적응하기 위하여 다양한 연구가 절실하게 요구되고 있고 또한 이루어지고 있다. 디지털 만화 중 가장 많은 변화를 겪고 있는 모바일 만화는 기존의 종이 출판만화에서 그림을 그릴 수 있는 공간적 제한이 없는 것과는 달리 제한된 모바일 화면의 크기 내에서 만화창작자에 의한 다양한 기획의도를 충분히 반영하기에는 다소 어려움이 있다. 이러한 어려움은 구독자에게 작가의 연출의도에 따른 스토리를 전달함에 있어서 문제로 남게 되고 그러한 문제는 모바일 만화 활성화에 걸림돌이 될 수 있다. 본 논문은 기존의 모바일 만화 저작방식의 비효율성을 해결하고자 모바일 만화를 저작하는 과정에서 창작자의 기획의도를 반영할 수 있도록 만화를 저작할 때 Scene Flow 방식이 적용된 모바일 만화 저작도구를 통한 저작기법과 그에 따른 효과에 대하여 연구하였다. 그리고 독자가 모바일 뷰어를 통해 만화 콘텐츠를 읽을 때, 더욱 실감나고 재미있게 만화를 읽을 수 있는 방법을 연구하여 각 Cut에 화면전환 효과, 진동이나, 사운드의 삽입효과를 추가하였다. 또한 모바일 시장의 변화에 따라 사용자의 편의를 위하여 만화콘텐츠 제작과 동시에 유통할 수 있는 방법에 대하여 연구하였다.

주제어 : Scene Flow, 스토리텔링, 모바일만화

## I. 서론

최근 휴대장치 플랫폼(스마트폰, e북, 넷북 등)의 만화 시장이 세계 각 만화산업 분야에서 시작되고 있고, 모바일 콘텐츠 수요 증가 및 시장 확대는 디지털 만화시장이 성장할 수 있는 좋은 기회이다. 한국만화 역시 이에 발맞추기 위한 사업진출이 여러 주체들에 의해서 타진되고 있으며 디지털 기기를 통한 콘텐츠 열람에 익숙한 디지털 세대가 콘텐츠를 본격적으로 소비할 수 있는 연령대로 성장하면서 매체전환에 따른 거부반응은 감소 추세에 있다. 나아가 문화적 측면에서 아시아권, 영미권, 유럽권 등 비교적 뚜렷하게 구분되어있던 세계 만화권역이 2000년대 들어 활발한 교류를 통한 다양한 만화 문법을 독자들이 체험할 수 있는 기회가 증가하고 있다.<sup>1)</sup>

모바일 콘텐츠 중 디지털 만화라는 것은 타블릿 등 디지털 도구를 이용해 창작, 작업되거나 스캐너를 이용해 디지털 데이터로 변환(데이터화)하여 저장한 만화를 칭한다. 디지털 만화는 웹툰, 모바일 만화, 페이지뷰어 만화, 전자종이 만화, IPTV만화 등 종류가 매우 다양하다.

웹툰은 원래 웹사이트의 형식으로 감상하도록 고안된 모든 만화를 총칭한다. 현재 가장 보편적인 웹사이트 구성 방식인 세로 스크롤을 지원하는 단일 페이지가 웹툰에서 주류를 이루고 있으며 한 회분량의 만화가 하나의 세로 페이지에 위에서 아래로 읽히도록 칸을 배열하도록 구성된다.

페이지뷰어 만화는 웹으로 유통하는 만화를 종이책과 비슷한 페이지 분절 단위로 PC화면상에서 표시해 주는 방식이다. 이는 주로 실제로 종이출판을 먼저 했거나 혹은 염두해 두고 있는 작품을 별도의 웹 전용 칸 편집 없이 구현하기 위한 것이다. 일부 신문사들의 닷컴 사이트들이 취한 방식처럼 페이지로 편집된 만화를 페이지 단위로 세로로 연결하여 웹사이트에 맞춰 넣는 것도 시도된 바 있지만, 시선흐름의 혼란스러움 때문에 페이지 단위 독서는 페이지 뷰어가 선호되고 있는 상태이다.

전자종이만화, IPTV만화 등은 페이지뷰어 만화와 매체만 다를 뿐 동일한 방식으로 구성된다.

모바일 만화는 주로 핸드헬드 모바일기기에서 구현되는 디지털만화를 지칭한다. 작은 화면을 염두해 두고 제작되어야 하기 때문에 사용자 인터페이스와 화면연출에 세심한 설계가 필요하며, 나아가 현재의 기기 및 통신 인프라를 고려하여 데이터 전송량 역시 별도의 신경을 필요로 한다.

디지털만화 콘텐츠(모바일만화 포함)는 초창기에는 밑그림 단계는 수작업으로 하고 후처리를 CG로 하던 방식이 주가 되었으나, 기기 대중화 및 관련 기술 전수 증가로 2000년대부터 점차 콘티·밑그림 단계부터 디지털 도구로 하는 경우가 빈번해졌다.<sup>2)</sup>

본 논문에서는 만화 저작자의 기획의도가 반영될 수 있는 Scene Flow 방식을 이용한 모바일 만화 저작 기법을 제안하고, 이를 적용한 모바일 만화 저작도구를 통하여 그 효과를 증명하고자 한다.

제 일 저자는 스토리텔링의 전반적인 내용과 모바일 콘텐츠 시장조사를 통해 국내의 만화 저작 도구 기술현황과 새롭게 연구된 저작도구를 통한 만화 저작의 효과에 대해 연구하여 본 고를 작성하였으며, 제 이 저자는 현재의 디지털 콘텐츠 시장과 기존 저작도구에 관한 자문과, 연구한 저작도구를 통해 만화를 직접 저작하고, 편집하여 테스트하는 과정을 통해 연구한 저작도구의 문제점과 개선방안을 제시했다.

1) 한국콘텐츠진흥원, 2010.03, p.3 참조.

2) 한국콘텐츠진흥원, 앞의 책, pp.3-5 참조.

## II . 스토리텔링과 Scene Flow

### 1. 디지털 스토리텔링의 개요

스토리텔링은 스토리(story) + 텔링(telling)의 합성어로, 상대방에게 알리고자 하는 바를 재미있고 생생한 이야기로 설득력 있게 전달하는 것을 말한다. 디지털 스토리텔링이란 하나의 이야기를 텍스트, 음성, 사운드, 이미지, 영상과 같이 다양한 매체를 통해 전달하거나 소통하는 과정을 말한다. 디지털 스토리텔링(Digital Storytelling)은 네트워크화된 컴퓨터 환경에서 디지털 미디어를 이용해 이루어지는 스토리텔링으로 어떤 이야기를 디지털 영상, 텍스트, 음성, 사운드, 음악, 비디오, 애니메이션 등 다양한 매체를 통해 서로 공유하는 과정이라고 할 수 있다.<sup>3)</sup>

스토리텔링은 접근 방법에 따라 일반적인 스토리텔링과 디지털 스토리텔링으로 나누어지는데 일반적인 스토리텔링은 출판만화, 영화, 드라마, 소설 등이 해당되며, 디지털 스토리텔링은 모바일영화, 웹 광고, 웹 에듀테인먼트 등을 말한다.

디지털 스토리텔링은 인간이 세계를 인식하고 정서적인 감정을 표현해 내는 가장 기본적인 도구인 스토리를 멀티미디어 요소로 가공하여 컴퓨터, 모바일 등을 통해 세대와 공간을 초월해 보다 리얼하게 제공함으로써 보는 사람의 관심과 참여를 적극 유도해 낸다는 것이다. 스토리텔링은 관객에게 스토리를 통한 경험을 제공할 수 있다. 관객의 경험을 강조하는 만큼 민담, 설화, 전설, 동화 등 언어적 서사뿐만 아니라 관광, 건축, 영화, 게임, 광고, 뮤직비디오, 드라마, 뉴스, 사건기록에 이르기까지 비언어적인 영역으로 확장되어 적용되고 있다.

<그림 1>과 <그림 2>에서 알 수 있듯이 디지털 스토리텔링은 인터랙티브 스토리텔링과 리니어 스토리텔링 두 가지로 나눌 수 있다. 인터랙티브 스토리텔링이란 듣는 사람이 이야기 구조에 영향을 미칠 수 있는 interactive 뜻 그대로 상호작용이 가능한 모든 매체에서 나타나는 요소를 말한다. 컴퓨터 게임 스토리텔링, 하이퍼텍스트 스토리텔링 등을 예로 들 수 있다.

반면 리니어 스토리텔링은 인터랙티브 스토리텔링처럼 쌍방향성이 아니라 독자(혹은 청자)에게 이야기를 전달하는 선형적인 구조로 고전적인 스토리텔링 기법에 많이 사용 된다. (그냥 play해 놓는 것을 의미) 컴퓨터 애니메이션 스토리텔링 등을 예로 들 수 있다. 리니어 스토리 텔링은 이야기가 진행됨에 있어 독자의 선택은 아무의미가 없을뿐더러 독자는 아무런 선택도 할 수 없다. 독자의 선택에 의해 달라지는 결과를 가지고 있는 것이 아니라, 이미 결정되어 있는 결말을 받아들여야 한다는 말이다.

---

3) 케리, 2010년 4월 13일, [http://cafe.naver.com/quantumcoaching.cafe?iframe\\_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=562](http://cafe.naver.com/quantumcoaching.cafe?iframe_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=562)



그림 1. 인터랙티브 스토리텔링 개념도

그림 2. 리니어 스토리텔링 개념도

출처: 김영근, 안성혜, 1997, pp.36-37 참조

## 2. Scene flow의 개요

영화나 드라마의 대본을 보면 Scene으로 이야기가 전개된다. 만화책 역시 Scene으로 작가의 이야기가 전달된다. Scene은 장소의 변화, 혹은 시간의 변화를 구분 짓는 단위이기도 하다.

영상미디어와 만화에서의 각 Scene은 이야기의 전개에 있어서 전체의 흐름을 연결하는 중요한 역할을 하며, 커다란 스토리 내에 포함되어 있는 각각의 스토리의 구성 단위라는 공통점을 가지고 있다. 그러나 이 둘의 Scene개념은 차별성을 가진다.

영상미디어에서의 Scene은 Cut과 Cut을 연결해서 얻은 의미를 부여한 영상의 단위라고 볼 수 있다. 영상미디어에서의 한 Cut은 의미를 부여할 수 없다. 예를 들어 하늘을 보는 남자의 컷이 있다고 할 때, 이것만으로는 어떤 의미인지 알 수 없다. 하늘을 보는 컷과 하늘에 떠있는 비행기의 컷이 같이 붙어 한 Scene을 이루면 '누군가 비행기를 타고 떠나가는 모습을 지켜보는 남자'의 의미를 부여할 수 있다. 그러나 공간의 매체인 만화에서는 각 Cut마다 의미가 부여된다. 왜냐하면 만화는 영상미디어처럼 움직이는 것이 아니기 때문에 한 Cut에 작가의 의도내용을 전부 포함하고 있어야 하므로 표정, 대사, 행동으로 한 Cut에 모든 것을 표현하기 때문이다. 3-4단순히 Cut의 배열만으로는 Scene의 구별이 어렵기 때문에 저작자가 디지털 만화를 저작하는 데 있어 Scene flow의 개념은 반드시 필요하다.

인간의 뇌가 스토리에 민감한 반응을 보내는 이유는 무엇일까? Story의 저자인 로버트 맥키(Robert McKee)는 우리가 스토리에 열광하는 이유가 스토리를 통해 삶의 패턴을 파악할 수 있고 앞으로의 일을 쉽게 예측할 수 있기 때문이라고 말한다. 새로운 것을 학습하는 데 도움이 되는 스토리는 기억하기도 쉽다.<sup>4)</sup>

Scene flow란 저작자가 만화를 저작함에 있어서 이야기의 효과적인 구성과 내용의 전개를 위해 저작 툴을 통한 만화 편집에 있어서 Scene을 구분하여 편집할 수 있는 기능을 말하며, 이는 직관적으로 서사구조를 확인할 수 있는 장점을 가지고 있다. 기존의 모바일 만화를 제작하는 방식 중에 이미 출판된 만화를 모바일용으로 편집하는 방법이 있다. 이는 기 출판된 종이인쇄만화를 Cut별로 잘라서 모바일에서 볼 수 있도록 편집하는 방법인데, <그림 3>과 같이 Cut이 겹쳐져서 그려져 있을 때 각 Cut을 분리해서 편집하게 되면, 이야기의 흐름이 매끄럽지 못하고 Scene간 구분이 어려워 원작의 이야기 구성과 전개가 달라지는 경우가 있다. Scene flow 방식으로 디지털 모바일만화를 저작함으로써 Scene간 구분이 확연히 드러나고 앞의 문제점을 극복하여 저작자가 더 재미있고 구성진 만화를 만드

4) Kwinn, Ann, 2009.12.

는데 도움이 된다.



그림 3. Cut위에 Cut이 그려져 있는 예  
출처: 연은미, <나는 사슴이다 3부>.

저작자는 페이지만화, 즉 종이출판 만화를 그릴 때 저작자가 기획한 스토리라인에 맞춰서 Cut (칸)의 위치와 크기를 설정한다. 이는 작가가 기획한 이야기의 흐름을 잘 표현하기 위해서이며, 독자가 읽을 때 시선의 분산이 없도록 자연스럽게 쉽게 읽어가게 하기 위함이다. 종이출판 만화는 이처럼 작가의 기획과 의도에 맞게 제작하는 것이 가능했으나 모바일 만화에서 이를 표현하기에는 부족함이 많다. 모바일 화면은 그 크기가 정해져 있고 작기 때문에 화면에 만화의 한 페이지를 전부 보여주는 것은 다소 무리가 있으며 그렇다면 한 화면에 한 Cut씩 보여주는 것이 가장 적절한 만화보기가 될 것이다. 한 Cut씩 보여줌으로써 작가는 각 장면의 전환 효과로 독자의 시선을 이끌어 효과적으로 만화의 내용전달을 할 수 있게 한다.

저작자는 만화를 제작하기 전, 만화의 내용을 기획하고 등장인물을 결정하며, 내용별 스토리를 구성한다. 모든 이미지(Cut)를 그리고 그 이미지들의 배열을 통해 스토리를 구성한다. 기존의 저작도구에서는 한편의 만화에 사용되는 모든 이미지들이 일렬로 나열되어 있어 Scene의 구분을 할 수 없었다. Scene의 구분을 하지 않으면 연출하고자 했던 각 Scene이 어느 Cut부터 어느 Cut까지가 한 Scene이고 또 새로운 Scene이 어떤 Cut에서부터 시작하는지 분간하기가 어렵기 때문에 만화 스토리를 효과적으로 전개하는 데 영향을 미친다.

Scene의 구성 및 전개는 저작자가 독자에게 자신이 의도한 이야기의 흐름을 효과적으로 연출할 수 있도록 도와준다. 그러나 현재 저작자가 만화를 제작하는데 사용하는 만화 저작방법으로는 Scene을 구성하는 데 어려움이 있다.

이러한 문제점을 해결해 주는 기법이 앞으로 이야기할 Scene Flow 방식이다. Scene Flow는 만화 기획에서 중요한 요소인 Scene간 흐름을 저작자가 모바일 만화를 제작하면서도 직관적으로 확인할 수

있도록 저작도구에서 제공되는 기법을 말한다. 이러한 Scene Flow는 저작자의 모바일 만화 제작에 편의성과 효율성을 제공한다.

### Ⅲ. Scene Flow 방식을 적용한 모바일 만화 저작도구

#### 1. 기존 저작도구 VS 제안된 저작도구

전자종이만화(E-book 등), 페이지뷰어 만화는 기존의 종이출판만화를 스캐닝 하여 컴퓨터나 전자책 등의 화면상에 보여주는 것이기 때문에 Scene간 구분이 용이한 콘텐츠이다. 그러나 웹툰의 경우에는 특별한 경우를 제외하고 Scene을 구분하지 않는다. 웹툰은 서론에서 언급했듯이 세로 스크롤 단일 페이지의 구성방식을 갖고 있다. 독자가 스크롤을 내린다는 것은 출판 만화에서 페이지를 넘기는 것과 시선을 옮긴다는 측면에서 같은 의미로 해석된다.

초기의 웹툰은 <그림 4>에서 보여지는 것처럼 귀엽고 감각적인 인터넷 만화였다. 스노우캣, 마린블루스 등 현재는 팬시, 캐릭터 상품으로 판매되고 있다. 현재의 웹툰은 각 Cut이 세로로 나열되어 스토리를 구성한다.

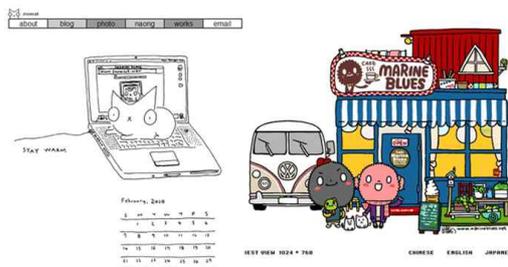


그림 4. 초기의 웹툰 <스노우캣>, <마린블루스>

세로 스크롤 형식이 본격화 되면서 기존의 웹툰이 짧은 스토리에 기반을 두었다면 현재는 인터넷에서도 웹툰 형태의 다양한 서사만화의 발표가 가능해지게 되었다. 대표적으로 강풀의 <순정만화> 등의 작품이 성공하면서 인터넷에서도 장편 서사가 가능하다는 것을 확인시켜 주었다. 그래서 현재에는 다양한 종류의 웹툰이 인기를 끌고 있다. <그림 5>, <그림 6>



그림 5. 네이버 웹툰 우주인 <외탕가 7화>



그림 6. 다음미디어 강풀 <순정만화 5화>

만화콘텐츠를 저작하는 데 있어서 포토샵이나 일러스트 등으로 그림과 말칸을 채운 이미지(각 Cut)를 연결하여 Scene을 구성하고 각 Scene을 연결해 스토리를 만들 편집 툴이 반드시 필요하다. Scene은 장소의 변화나, 시간의 변화를 나타내기 위해 구분되어지는 단위이며 저작자가 효과적으로 만화를 그리기 위해서는 Scene의 구별이 꼭 필요하다.

기준에 많이 사용되었던 <그림 7>의 툴은 Cut을 일렬로 나열해서 편집해야 하므로 각 Cut별 편집 및 장면 전환효과의 삽입만 가능하고 Scene을 구별할 수 없다. 그래서 어디까지가 한 Scene이고, 또 어디서부터가 다음 Scene인지 구별하기가 힘들다. 각 Cut의 연결로 인한 만화 편집이기 때문에 만화콘텐츠의 내용이 다소 산만해질 우려가 있다.



그림 7. 기존 외국의 저작 Tool  
출처: 김진태, <와일드 와일드 워커스>

그러나 본 연구에서 제안하고자 하는 모바일 만화 저작 툴은 Scene Flow 방식으로 만화를 저작할 수 있다. 또한 Cut/Scene별 편집이 가능하다. 저작자가 만화콘텐츠를 저작하는 데 효과적인 기획과 연출이 가능하게 되는 것이다. <그림 8>은 저작도구의 메인화면을 나타내는데 네모 한 칸이 각 Cut을 나타내고 가로 한 줄이 Scene을 의미한다.

또 하나의 차이점은 이미지 사이즈에 따른 Cut의 처리 방법이다. 기존 저작도구의 경우 Cut의 사이즈와 관계없이 동일한 크기로 조정되기 때문에 Cut간 크기 구별이 어렵다는 단점이 있으나 각 Cut별 다양한 사이즈를 적용하여 스마트폰에서도 다양한 크기의 Cut을 볼 수 있도록 저작도구 상에서의 Cut과 Scene의 연장을 이용하여 같은 비율로 확대하였을 경우 확대 적용이 가능하도록 이를 해결하였다. <그림 8>에서 보여 지는 세 번째 줄 긴 이미지가 확대가 적용된 것이다. 본 논문에서 제안하는 저작도구는 저작자 입장에서 Cut의 다양한 크기를 효과적으로 구분할 수 있다.

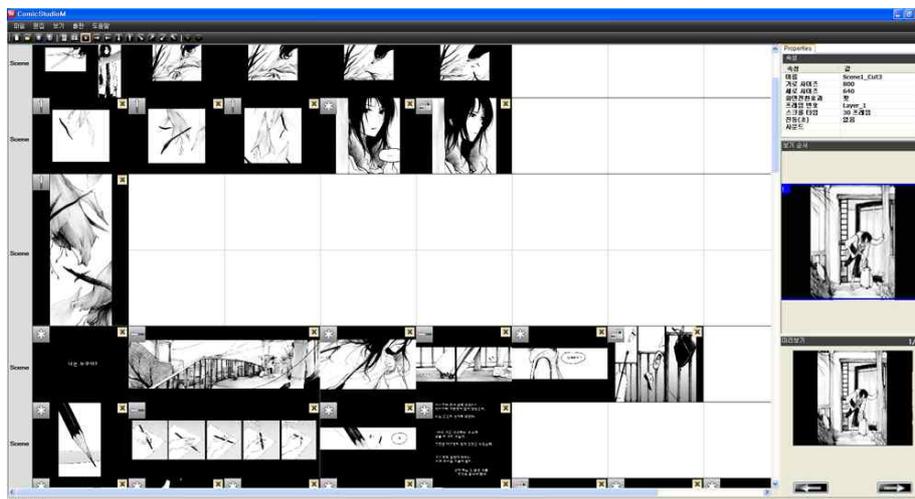


그림 8. 디지털 만화 저작도구 메인화면.

<그림 9>과 <그림 10>는 제안하는 저작도구의 화면전환효과 아이콘을 나타낸 그림이다. 진동, 사운드의 삽입, 컷 추가아이콘, 화면전환(플립, 디졸브, 좌/우, 상/하, 대각선 등)효과의 다양한 효과를 표현할 수 있다.



그림 9. 화면전환 효과 아이콘



그림 10 . 화면전환효과의 적용

제안된 저작도구는 각 Cut별 장면전환 효과(좌/우, 상/하 등)를 줄 수 있으며, 각 이미지 내에 음성이나 사운드, 진동의 삽입이 가능하다. 또한 음성이나 진동, 터치 등을 통한 독자의 감성을 더욱 효과적으로 자극시켜 독자가 더욱 쉽게 내용을 전달 받을 수 있고 효율적으로 만화를 읽을 수 있다. <그림11>에서 보이는 것처럼 각 Cut간 화면전환 효과를 통하여 저작자의 기획의도가 반영된 연출기법을 표현할 수 있다. 독자는 저작자가 연출한 화면 전환에 따라 책 출판 만화를 읽는 것과 같이 모바일 만화를 익숙한 시선처리로 읽을 수 있다. 그럼으로써 저작자는 독자에게 이야기하고자 하는 바를 쉽고 정확하게 전달할 수 있으며 여러 효과를 통해 만화를 보는 재미도 제공할 수 있다.

저작도구는 위에서 설명한 기능 이외에도 다양한 기능을 구현하였다. GIF Processing은 이전의 장면 전환효과만을 가지고 있었던 모바일에 GIF지원을 통하여 짧은 애니메이션 효과를 구현할 수 있게 되었다. 각 플랫폼은 플랫폼 특성에 따라 GIF 파일 포맷을 지원하는 것과 지원하지 않는 것으로 구분 되었으나 GIF Animation Module을 추가하여 본 연구의 대상 플랫폼에서 동일하게 표현하도록 하였다. 스마트폰은 단말기 제조사에 따라서 각 단말기 별 해상도가 다르다. 저작도구의 옵션 상에서 원하는 출판 해상도를 선택할 수 있도록 구성하였다. 그래서 각 단말기에 최적화된 화면(QVGA, WVGA, WQVGA 등)을 제공할 수 있도록 하여 모든 스마트폰에서 만화콘텐츠를 볼 수 있도록 지원한다.



그림 11. 화면전환 효과의 예  
출처: 서진석, <천사가 내려 올 뻔한 집>

## 2. 제안된 저작도구의 효과

일본의 다쓰미 요시히로는 만화 칸의 배치와 독자가 각각의 칸을 보는 시간에 주목해서 의식적으로 독자의 시선을 유도하는 방법을 생각해 냈다. 우리나라의 만화는 좌에서 우로 그려지고, 일본의 경우는 우에서 좌로 그린다. 이처럼 만화책을 처음 펼칠 때 최초로 시선이 가는 곳에 어떤 칸과 화면을 보여주느냐에 따라 만화책을 읽어나가는 가독성이 결정되며 시선의 방향에 따라 칸의 크기를 조절하여 칸에 머무르는 독자의 시선을 조금이나마 조절할 수가 있는 것이다. 즉 칸의 크기, 대사의 장단을 조절함으로써 독자는 작품 안에 흐르는 '시간'을 한층 더 사실적으로 느끼게 되는 것이다. 이렇듯 스토리텔링의 기법은 작품 안에 흐르는 시간을 사용자(독자)가 사실적으로 느낌으로써 감성적 경험을 증가시킬 수 있으며 Scene Flow 기법이 필요하다는 사실을 의미한다. 또 다른 요인은 칸과 칸 사이에 존재하는 공간이다. 이런 효과는 그 공간 속에서 인간의 상상력이 두 개의 별개의 장면을 하나의 발상으로 변화시킨다. 즉 두 칸 사이에 아무것도 보이지 않지만 인간은 경험적으로 반드시 무언가가 있을 것이라고 생각하게 만드는 것이다. 칸 사이에 존재하는 공간이 주는 효과를 우리는 화면 전환효과를 통해 표현하고자 하는 것이다. <그림 12> 이러한 현상들을 '완결성 연상 작용'이라 한다.<sup>5)</sup>

5) 김치훈, 허영, 2008, pp.154-155.



그림 12. 가사이 신 『신의 물방울 1편』

초기의 두 칸/네 칸 만화는 시사적인 내용이나 정치적 내용을 풍자하거나 희화화해서 그렸기 때문에 스토리(내용)가 없었다. 그래서 칸의 크기가 일정해 『도 그 칸 내에서 충분히 작가의 생각을 표현할 수 있었다. 만화가 점차 스토리화 되고 두 칸, 네 칸의 칸 만화에서 페이지만화로 그 칸 수가 늘어나면서 서사구조를 갖는 단편만화, 장편만화로 확장되었다. 저작자들은 스스로 기획한대로 독자가 읽고 내용을 더 쉽고 빠르게 파악하게 하기 위해서 독자의 시선의 흐름에 맞추어 칸을 구성하여 만화를 그린다. Scene Flow를 통해 작가의 연출의도를 표현하여 스토리텔링에 효과적으로 접근할 수 있다.

제안된 저작도구를 사용해 만화를 저작하고 테스트를 해본 교수와 학생들은 만화 저작자의 입장에서 내용을 구성하는 데 매우 편리하고 효과적이라고 말한다. <그림 8>과 <그림 10>은 직접 만화를 저작하고 저작도구에서 편집한 화면과 모바일 뷰어에서 실제적으로 보여지는 화면을 나타낸 것이다. 만화에서 Cut은 다양한 내용적 의미를 포함한다. 그러나 Cut의 나열과 각 Cut의 장면 전환 효과를 추가하는 것은 만화를 저작하는 저작자에게 스토리를 전개하는 데 혼동을 준다. 저작자의 훌륭한 연출과 효과적인 스토리텔링을 위해서 본 연구를 통한 저작도구는 상당히 중요한 의미를 가진다.

스토리텔링은 멀티미디어 서사창조를 의미한다. 서사구조를 가진 이야기를 만들어 내기 위해 만화 저작자의 기획의도대로 연출할 수 있는 Scene Flow 방식이 필요하다. 저작자가 독자에게 스토리를 쉽고 재미있게 이해시키기 위해 Scene Flow를 적용하면 효과적인 스토리텔링을 할 수 있다. Scene Flow 기법은 사용자의 만족도를 높이고, 사용편리성 및 정보용이성을 높이고 사용자의 기억성 또한 향상될 것이다.

#### IV. 결론

2009년 엠브레인트렌드모니터가 전국의 만 13세 이상 남녀 1,089명을 대상으로 만화책 선호도와 독서 형태 조사<sup>6)</sup>를 실시한 결과 우리나라 국민 10명 중 6명은 만화책을 좋아하는 것으로 나타났다. 전체의 62.4%가 만화책을 좋아한다고 답했으며 그 이유로는 '잘 그려진 그림이 이해도를 높이기 때문'(22.8%)과 '어려운 내용도 쉽게 접근할 수 있어서'(15.3%)라고 답했다. 또한 '인터넷을 통하여 만화를 본다'는 응답(81.2%)이 대부분이었으며 휴대폰 만화는 '본적 없다'는 응답(88.4%)이 월등했다.<sup>6)</sup>

이처럼 만화는 대중들에게 친밀감을 주고 접근하기 쉬운 매체라고 할 수 있다. 하지만 모바일이라는 작은 프레임 안에서 캐릭터의 표정, 움직임, 배경 등 모든 것을 시각화 하는 만화에 접근하기에는 아직까지는 어려워 보인다.

디지털 만화 시장이 진화하면서 이와 같은 어려움은 극복해 나가야 할 과제로 주어졌다.

본 논문에서는 디지털 스토리텔링과 Scene Flow, 그리고 이를 적용한 모바일 만화 저작도구에 대한 연구를 통하여 새로운 모바일 만화 저작의 방법에 관하여 제안하였다. 만화를 저작함에 있어서 Scene의 분배가 얼마나 중요한지, 또 Scene으로 나누어 모바일 만화를 저작할 때 그에 따른 효과는 무엇인지에 대해서도 알아보았다.

Scene Flow는 효과적인 모바일 만화저작에 있어 중요한 기법이며 Scene Flow방식을 사용함으로써 독자에게는 더욱 효율적인 만화읽기를 제공할 것이다.

향후 모바일 기기의 진화는 더욱 빠르게 진행 될 것이다. 이러한 하드웨어의 발전은 새로운 모바일 콘텐츠를 요구하는 사용자들의 증가로 이어질 것이며, 그에 따라 모바일 만화는 다양한 연출 및 저작 기법에 관한 연구가 필요하다. 급격히 변화하는 저작기법을 반영한 저작도구의 개발도 병행되어야 할 것이다.

## 참고문헌

가바야시 신, 설은미 역, 『신의 물방울 14권』, 학산문화사, 2005.

강풀, <순정만화 5화>, 다음미디어, 2003.

계리, 『디지털 스토리텔링이란?』, 2010년 4월 13일, [http://cafe.naver.com/quantumcoaching.cafe?iframe\\_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=562](http://cafe.naver.com/quantumcoaching.cafe?iframe_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=562).

김영근, 안성혜, 「디지털 만화의 인터랙티브 스토리텔링 구조에 관한 연구」, 『게임&엔터테인먼트 논문지』, 제2권 제2호(2006, 6), pp.35-44.

김진태, <와일드 와일드 워커스>, 네이버만화, 2010.

김치훈, 허영, 「칸 연출을 기반으로 한 인터랙티브 디지털 만화연구」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 제8권 제7호(2008, 7), pp.153-160.

손영우, 「디지털 만화 애니메이션의 발전과 교육 방안」, 『디지털콘텐츠학회 논문지』, Vol.7, No.4(2006, 12), pp.219-225.

연은미, <나는 사슴이다 3부>, 네이버만화, 2009.

---

6) 최창남, 2009년 8월 7일.

우주인, <와탕카>, 네이버만화, 2009.

최창남, “ 10명중 6명, 만화책 좋아요~”, 『모닝뉴스』, 2009년 8월 7일, <http://morningnews.co.kr/article.php?aid=124960859314824006>.

한국콘텐츠진흥원, 『글로벌 차세대 디지털 플랫폼에서의 만화 수익 모델 연구』, 한국콘텐츠진흥원, 2010.

황신웅, 이선아, 손영우 「감성적 인터페이스 디자인을 위한 스토리텔링 접근」, 『감성과학』, 제12권 제1호 (2009, 3), pp.19-32.

Kwinn, Ann, "It's story time", *T+D*, (October, 2009), [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m4467/is\\_200910/ai\\_n42041684/?tag-content'col1](http://findarticles.com/p/articles/mi_m4467/is_200910/ai_n42041684/?tag-content'col1).

## ABSTRACT

# The Mobile Cartoons Authoring Method Using Scene Flow Mode

Eun-Ae Cho, Hee-Chang Koh, Hae-Gyu Mo

The digital cartoons market is looking for a new growth momentum as the radical increases of the demands and markets about the mobile contents with portable instrument popularization. The conventional digital cartoons markets which are based on web-toon, page viewer cartoons and e-paper cartoons have been studied various fields to overcome some limitations such as the traditional cartoons had. The mobile cartoons which have been changed more and more, have some canvas limitations due to the mobile screen size. These limitations lead to the communication problems between the cartoonists and the subscribers and resulting some obstacles of mobile cartoons activations. In this paper, we developed a authoring tool applied the Screen Flow method to overcome inefficiency of conventional authoring methods. This proposed method can reflect the cartoonists' during the process of authoring mobile cartoons, thereafter we studied about the authoring method of mobile cartoons and its effects. For the convenience of users creating and distributing content in a way has been studied.

Keyword : Scene Flow, Storytelling, Mobile Cartoon

조은애

(주)제노웰

(402-711) 인천시 남구 도화1동 인천IT타워 507호

070-7733-1882 / smileenae@xenowell.com

고희창

(주)제노웰 대표이사

(402-711) 인천시 남구 도화1동 인천IT타워 507호

070-7733-1880 / hckoh@xenowell.com

모해규

청강문화산업대학 만화창작과 교수

(467-744)경기도 이천시 마장면 청강로 162

031) 639-5943 / monandol@ck.ac.kr

논문투고일: 2010.05.20

심사종료일: 2010.06.14

게재확정일: 2010.06.20