

매체 발달에 따른 만화의 멀티미디어와의 융합에 관한 연구

김보현*, 홍난지**

요약

본 연구에서는 만화가 디지털화 되고 여러 기기에 서비스 됨에 따라 기존의 지면 만화의 구성요소인 글과 그림 이외에 사진, 사운드, 동영상 등의 멀티미디어형식과 융합한 형태로 다양한 실험이 행해지는 현상을 목격했다. 이에 만화에 대한 새로운 바로미터가 이러한 멀티미디어와의 융합에 있다고 판단하여 멀티미디어 만화에 대한 연구의 초석으로 개념설정을 연구하였다. 현재 나타나고 있는 멀티미디어 만화의 구성요소들을 파악한 뒤 이 요소들을 어떻게 활용하고 있는지에 따라 세 가지 유형으로 분류했다. 첫째, 융합형 웹툰으로 형식은 기존의 세로스크롤 웹툰과 크게 다르지 않으면서 작품의 특징을 살려 배경음악과 효과음이 추가되었거나 사진이나 동영상이 일부 삽입되어 있고 이 요소들을 제어하는 기능이 없다는 것이 특징이다. 둘째, 만화와 애니메이션의 중간 형태인 모션코믹스로 한 프레임 내에서 만화의 형식은 유지하되 애니메이션을 관람하는 것과 같이 사운드, 동영상, 페이지 넘김 등이 자동재생 되는 특징이 있다. 셋째, 인터랙티브 코믹스로 향유자의 적극적인 관여에 의해서 효과음과 움직임, 스토리가 진행되는 특징이 있다. 이렇게 멀티미디어성을 가진 만화들을 분석한 결과 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같다. 첫째, 장르와 연령층, 매체에 따라 멀티미디어 요소를 활용해야 한다. 둘째, 만화 향유자의 특성을 고려한 제어 기술의 고차원화가 필요하다. 즉, 끊임없이 진화하는 매체환경에서 향유자의 타깃과 이용행태에 맞는 만화 콘텐츠를 개발해야한다. 이를 위해서는 향유자가 보다 적극적으로 콘텐츠와 소통할 수 있도록 만화의 멀티미디어요소들이 활용되어야 할 것이다.

Following media development, a Study about the convergence of comics and multimedia

Bo Hyun Kim*, Nan ji Hong**

Abstract

In this study, it was witnessed that a variety of tests are implemented in a type of convergence of multimedia such as photos, sounds, and videos as well as letters and drawings, components of existing traditional comics as comics are digitalized and are converted to various devices. Therefore, we studied the concept of multimedia comics as a basis of this study by judging that new barometer to comics lies in convergence with such multimedia. After recognizing components of multimedia comics which are currently emerging, we categorized them into three types depending on how to use these elements. First, convergence type webtoon has a very similar format with existing vertical scrolling webtoon and has characteristics that background & effects sounds are added to emphasize the features of webtoon, or photos or videos are inserted in part, and there is no function to control these elements; Second, motion comic, a medium format between comic and animation has a characteristic that sound, video, paging are auto-played like watching animation but it keeps the format of comics within one frame; Third, interactive comic has a characteristic that effects sound, motion, and story are made by active participation of viewers.

As a result of analyzing comics which having above multimedia characteristics, its implications are as follows: First, multimedia elements should be used depending on genre, age, and media;

Second, high level of control technology considering the features of comic-viewers is needed. In other words, in continuously evolving media environments, comic contents being proper to targets and use purposes of viewers should be developed. For this, multimedia elements of comics should be used in order that comic-viewers can have active & interactive communication with contents.

Keywords : multimedia comics, motion comics, interactive comics, convergence web-toon

1. 들어가며

다양한 개인용 이동매체가 늘어나고 모바일 인프라가 확충되고 있으며 모바일 웹에서 상용되는 어플리케이션들은 태생적으로 유료로 수익을 낼 수 있는 구조이므로 콘텐츠를 서비스하는데 있어 경제적 장점으로 작용할 수 있다. 이는 우리나라에서 대형 포털을 중심으로 서비스되고 있는 웹툰(Webtoon)이 공공재적 인식이 강하여 무료로 배포될 수밖에 없다는 딜레마에서 벗어날 수 있는 기회이다.

만화는 지면을 통해서 보는 것이라는 100여년의 인식을 뒤엎은 경험을 통해 시행착오를 겪으며 PC 모니터 환경에 적응했다. 결과적으로 이러한 실험을 통해 만화를 소비하던 향유자들은 여러 요인들로 웹에서 보는 만화를 더 선호하게 되면서 무료 웹툰은 출판만화의 대체제가 되었다. 결국 공공재인 인터넷 포털에서 서비스되는 웹툰은, 만화는 무료로 보는 것이라는 인식을 공고히했다.

그렇다면 무료로 향유할 수 있는 웹툰을 다른 매체로 접하거나 다시보기를 할 때 유료임을 기꺼이 받아들일 수 있는 콘텐츠 자체의 아이디어는 무엇이 있을까? 이러한 물음에서 본 논문은 시작되었다. 즉 모바일 웹과 기기들의 유료 어플리케이션 모델을 포함한 매체적 환경에 주목하고 웹툰, 더 나아가 디지털 만화의 유료모델을 정립하기 위한 프로세스적 전략을 멀티미디어적인 특성이 강조된 만화에서 해답을 찾으려는 것이다. 스마트폰과 태블릿PC의 보급으로 스마트 모바일 기기를 사용하는 연령층이 확대되어 어린이용 교육어플리케이션들이 큰 인기를 끌고 있다. 출판사들은 자사의 출판물들을 멀티미디어 콘텐츠로 재가공하여 서비스하며 수익을 거두고 있다. 이러한 상황에서 우리가 얻을 수 있는 시사점은 소비층이 확대되어간다는 점이다. 스마트폰과 태블릿PC의 유저들이 다양해진다면 만화콘

텐츠도 다양한 타깃을 겨냥해야 하는데 시각과 청각을 확장한 인터랙티브성이 강화된 멀티미디어 콘텐츠들과 경쟁력이 있을지 의문이다.

미디어 이론가 마셜 맥루언은 미디어에 제공되는 정보의 양에 따라 미디어를 크게 핫 미디어(Hot media)와 쿨 미디어(Cool media)로 나누었다. 맥루언에 따르면 만화라는 미디어는 만화를 보는 사람이 보고 즐기는데 적극적으로 참여해야 하는, 다시 말해 만화에 제공되는 정보의 양이 적어 만화소비자의 상상력을 요구하는 쿨 미디어¹⁾라 했다. 만화가이자 만화이론가인 스콧 맥클루드는 만화의 이해에서 칸과 칸 사이의 흐름은 독자의 상상력으로 채워나가는 공간이라고 했다. 즉 만화는 만화를 읽고 즐기는 향유자가 만화를 향유하는 과정에서 적극 참여하는 미디어라는 것이다. 이것이 만화의 본질이라면 만화를 읽고 즐기는 소비와 창작의 변화는 만화의 본질을 어떻게 활용하고 있는가에 있어서 중요한 요인이라고 할 수 있다. 그러나 본 글은 만화의 멀티미디어화와 만화의 본질에 대한 유기적인 설명은 아니다.

이 연구에서는 매체의 발달과 함께 소비형태의 변화와 같은 상황적 요인에 따른 만화의 멀티미디어화에 대한 현황들 속에서 멀티미디어 만화라는 개념 연구를 시도한다. 현재까지 디지털 만화에 대한 선행연구는 주로 '웹툰'을 중심으로 디지털로의 기술변화에 따른 특성을 중점적으로 다루었다. 본 논문은 기존연구에서 한 단계 더 나아가 매체의 발달에 따른 새로운 디지털 만화의 형식이 멀티미디어성에 있다고 보고 사례연구를 통해 멀티미디어 만화에 대한 특성을 파악하여 유형화한 후 그 특성과 발전방향을 모색해보고자 한다.

연구범위와 방법은 먼저 멀티미디어 만화를 개념화하고 구성요소를 파악한 후 이를 기반으로, 멀티미디어 만화가 본격적으로 제작되기 시작한 2005년 이후의 작품으로 국내사례와 선행연구에 근거하고 수집 가능한 해외사례를 모두 분석한다. 다음으로 명료하고 체계적으로 살펴보기 위해서 멀티미디어 만화를 보고 즐기는 방식에 따라 유형화하여 그 특징을 살펴보았다.

※ 제일저자(First Author) : 김보현

접수일:2012년 03월 09일, 수정일:2012년 03월 22일

완료일:2012년 03월 27일

* 인덕대학 만화영상애니메이션학과 겸임교수

ambomb@naver.com

** 세종대학교 만화애니메이션학과 강사 (교신저자)

nan0459@naver.com

2. 멀티미디어만화의 개념과 구성요소

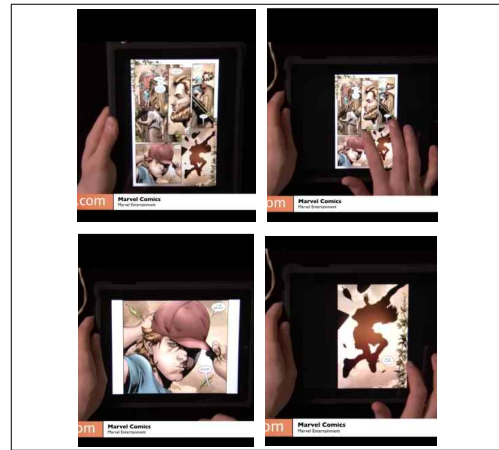
2.1 멀티미디어만화의 개념

현 만화의 상황은 기술의 발전과 함께 계속된 진화를 거듭하고 있는 중이다. 매체 환경의 변화와 신매체의 발달은 ‘만화의 핵심적 자산’을 한정된 지면과 책이라는 공간에 ‘맞추어 넣는’²⁾ 것이라는 일반적인 통념을 깨는 기폭제 역할을 하게 하였다. 새로운 틀은 디지털의 특성을 가지고 있어서 기존의 만화와는 달리 무한한 공간을 갖고 있으며 하이퍼링크 기능과 선택 가능한 스토리, 비선형 구조, 상호작용 등을 표현형식으로 얻게 되었다.

현재 우리나라에서 대형 포털을 중심으로 무료로 서비스되고 있는 웹툰과는 달리 해외에서는 만화 출판사를 중심으로 웹에서는 홍보를 하고 스마트 모바일 기기와 인프라의 보급으로 출판 이외의 유료모델을 적극적으로 활용하고 있다. 우리나라의 대표적인 웹툰의 형식은 세로스크롤을 통한 화면 이동 방식으로 내러티브 소비방식이 PC모니터 환경에 최적화시킨 형태이다. 그러므로 이를 다시 출판할 경우 출판에 맞도록 연출을 재편집해야하는 비경제적인 상황이 발생하였으며 이 과정을 거치지 않을 경우 웹에서 느꼈던 재미를 출판에서 전혀 느낄 수 없다는 치명적인 단점이 발생했다. 미국의 경우 웹툰의 형태는 개인 공간을 통해 아마추어들이 무료로 서비스하는 것 이외에는 모두 웹을 홍보의 공간만으로 사용하고 있다. 대형 출판사인 마블(Marvel)과 디씨코믹스(DC Comics)는 최근 유료 어플리케이션 형태로 스마트 모바일 장구를 공략하고 있다. 마블과 디씨코믹스의 어플리케이션 만화는 주로 태블릿PC를 중심으로 소비되며 회사마다 개발한 디지털 만화 뷰어를 통해 디지털 파일로 변환한 만화 원고를 아이패드, 아이폰에서 페이지 또는 컷(칸) 별로 감상할 수 있도록 하는 기능을 갖고 있다. 우리나라의 웹툰이 만화책의 연출을 PC로의 이동을 위하여 틀을 과감하게 깨버렸지만 이들은 출판만화의 형식을 그대로 따르며 기존의 만화 형식을 고수한 채로 서비스하고 있다.

미국에서는 코믹솔로지(ComiXology) 어플리케이션과 코믹솔로지의 기술을 활용한 마블, 디씨 코믹스 등의 어플리케이션이 가장 편리한 컷뷰 형태를 구현하고 있으며, 핀치(pinch)등을 이용해 페이지나 화면을 확대하거나 축소하고 한 칸보기 또는 한 페이지 보기 등이 가능한 형태로 서비스되고 있다.³⁾

그러나 미국에서도 이러한 형태로만 웹을 활용하여 디지털 만화를 서비스하지는 않는다. 여러 멀티미디어 기능들을 융합한 형태도 나타나고 있으며 다각적인 포맷으로의 변환을 꾀하고 있는 중이다.



(그림 1) 해외 인터랙티브코믹스 사례 -
Marvel사의 아이패드용 어플리케이션 시연
영상 중 캡처
출처 : tapcritic.com

이렇게 만화의 디지털화는 만화의 역사에 있어 가장 격동적인 형식적 변화를 가장 짧은 시간 내에 소화했으며 최근의 그 흔적들은 매체적 환경에 적응하고 있음을 나타낸다. 새로운 표현 형식을 이용하여 일방향적이고 선형적인 만화콘텐츠가 아닌 텍스트, 이미지, 사운드, 동영상 등이 개방형으로 쌍방향적이고 비선형적으로 융합된 형식을 취하고 있다. 한 가지 감각기관만을 사용하여 정지된 화상을 통해서 모든 감각을 표현한 만화⁴⁾는 제한된 조건을 통해 독자들의 자발적인 참여와 연출을 수용할 수 있었고 그로인한 학습효과는 독자를 고착하는 중요한 요인이 되었다. 그러나 근래의 만화는 텍스트, 사운드,

이미지, 동영상 등의 만화콘텐츠 소스를 조합 혹은 융합해 창조되는 복합적 멀티미디어 콘텐츠를 어렵지 않게 구현할 수 있는 인프라가 확충되었다. 융합 콘텐츠로서의 만화는 매체 패러다임에 따라 향유자들의 향유 방식이 시각, 청각, 기타 감각까지 이용하는 형태로 변화하고 있다. 이는 향유자의 감각을 확장하는 데에서 그치는 것이 아니라 콘텐츠 장르의 경계를 넘나들기도 한다. 여러 기술을 접합하여 애니메이션 또는 동영상을 삽입하기도 하고 때로는 만화 전체가 애니메이션처럼 정해진 프레임 안에서 자동으로 재생이 되고 음성으로 읽어주기도 하며 향유자의 선택대로 스토리가 변형되는 인터랙티브한 기능과 결합하기도 한다.

디지털 환경에서 소비되는 만화는 여러 매체의 창구로 소비되거나 다양한 장르의 매체와 혼합이라는 면에서 멀티미디어적이라고 할 수 있다. 그러나 본 연구에서는 멀티미디어 만화의 개념을 최민성의 <멀티미디어 상상력과 문화 콘텐츠>에서 언급한 것을 따른다. 최민성은 “멀티미디어 콘텐츠는 텍스트, 이미지, 음악, 사운드, 동영상 등이 2개 이상 혼합된 다양한 매체를 의미한다는 멀티미디어에 대한 기술적 정의를 넘어 이러한 멀티미디어 구성요소들의 융합에 의한 상호작용 전반을 의미한다. 하나의 매체가 인간의 커뮤니케이션을 충분히 만족시킨다면 미디어 통합의 욕망은 발생하지 않을 것이다. 멀티미디어의 욕망은 바로 매체가 지니는 한계에 바탕을 둔다.”⁵⁾고 하였다. 또한, “만화는 문자와 이미지의 상호 결합을 통한 새로운 대중적 예술성을 추구해온 거의 유일한 장르”⁶⁾라고 하였는데 이러한 태생적 특성만으로 멀티미디어 만화를 개념화하는 것이 아니다. 다시 말해, 본 연구에서 멀티미디어 만화란 “정보를 전달하거나 보는 이에게 미적인 반응을 일으킬 목적으로, 그림과 그 밖의 형상들을 의도한 순서로 나란히 늘어놓은 것”이란 만화에 음악, 사운드, 동영상 등의 콘텐츠들이 2개 이상 혼합된 다양한 매체들의 융합에 의한 상호작용을 의미하는 것이다.

2.2 멀티미디어만화의 구성요소

멀티미디어만화의 글과 그림을 제외한 멀티미디어성을 가진 구성요소는 크게 세 가지로 볼 수 있는데 사진과 사운드 동영상이 그것이다.

2.2.1 사진

만화에서의 사진은 그림의 내용을 보완적으로 설명하는 역할이나 사실감을 추가하는 역할을 수행한다. 과학실험에 관한 학습만화에서의 사진은 그림만으로 표현했을 때 부족한 사실성을 추가하여 학습효과를 높이는 효과를 기대한다. 또 허구로 꾸며진 이야기이더라도 독자들이 사실로 받아들일도록 하기 위한 장치로 사용되기도 한다. 만화에 사진을 첨가하는 작업은 공정 자체도 간소하고 추가인력이 필요하지 않으면서 장르에 따라서 활용할 수 있는 멀티미디어 요소이다.

2.2.2 사운드

인터넷 만화가 등장하면서 배경 음악으로 사운드가 사용되기 시작하였다. 배경음악은 음악이 없었던 것에 비해 상대적으로 내러티브의 분위기를 상상할 수 있게 한다. 또한 원작자가 의도한대로 분위기를 조성하는데 도움이 될 수 있으므로 작가의 의도를 정확하게 전달할 수 있다. 따라서 영상 매체 스토리텔링속의 사운드가 차지하는 위치는 시각 이미지와 비교했을 때 더 이상 부수적인 구성요소가 아닌, 인지 기호로서 내용을 이끌어가는 주체적 요소로 작용하고 있다⁷⁾. 뿐만 아니라 사운드는 만화 향유자가 작품에 몰입하도록 유도하는데 있어서 매우 중요한 요소⁸⁾로서 시각적인 요소에 청각적인 요소가 융합되면 시각적인 요소만으로 표현할 수 있는 정보에 더욱 부가적으로 의미를 부여⁹⁾할 수 있다. 즉 만화를 소비하는 매체와 향유자 간에 상호작용을 하는 시스템에서는 더 민감한 역할을 할 수 있는 요소이다.

2.2.3 동영상

동영상은 텍스트나 그림에 비해 멀티미디어적 경험을 더 분명하게 제공하기 때문에¹⁰⁾ 멀티미디어 콘텐츠의 가장 중요한 구성요소이다. 멀티미디어 만화에서 활용되는 동영상의 특징은 애니메이션과는 달리 한 컷 내에서 말하는 인물의 입과 눈, 작은 동작, 위치 변경, 카메라 이동 정도의 움직임만을 보인다. 그러나 간단한 움직임조차도 추가공정에 소요되는 인력이나 시간은 그리 단순하지 않은 않다. 실제로 김민정의 ‘콘스탄츠 이야기’ 79회에서는 ‘아래의 영상은 2008년부터 2009년에 걸쳐 만들어졌습니다.’라는 문구를 볼 수 있는데, 이것을 통해서도 이에 쏟은 시간과 노력을 짐작할 수 있다. 그러므로 동영상에

대한 고민은 보다 현실적인 차원에서 진행되어야 한다. 국내의 웹툰에서 동영상의 효과는 특정 장르의 장르적 효과를 배가시킬 목적으로 사용되었다. 만화 전체에 부분적으로 동영상이 들어간 모션코믹스(Motion Comics) 유형의 경우는 종이나 PC모니터 외의 기타 매체로의 확장을 위한 목적이나 만화외의 콘텐츠를 홍보하기 위한 수단으로 활용되기도 하였으며, 최근 인터랙티브 코믹스(Interactive Comics)에서는 마우스의 클릭으로 움직임을 유발하기도 한다.

3. 멀티미디어만화의 유형

수집한 사례를 분석해본 결과 멀티미디어 요소들이 만화와 융합되어 있는 멀티미디어 만화는 만화를 보고 즐기는 방식에 따라 크게 세 유형으로 나눌 수 있었다.

첫 번째 유형은 융합형 웹툰으로 세로로 스크롤되는 형식의 웹툰에 배경음악이나 사진, 일부 동영상을 삽입함으로써 이야기의 분위기와 사실감을 더하여 극에 몰입하도록 만들어 졌다.



(그림 2) 융합형 웹툰의 사례 - <콘스탄츠 이야기> 2화, <드레스코드> 14화.
출처 : 네이버 웹툰, 다음 웹툰.

2012년 1월부터 네이버 웹툰에 연재한 김민정의 '콘스탄츠 이야기'에서는 2회에서 만화가 허구가 아닌 것 같은 착각을 일으키게끔 사진을 첨가함으로써 팩션이라는 장르를 강조하는 효과를 가져왔다. 같은 작품 79회에서는 두 인물이 CCTV를 보는 장면연출에 CCTV틀 내에 동영상 삽입함으로써 실제 CCTV를 보는 느낌을 전

해주었다. 2010년부터 다음 웹툰에 연재했던 yami의 '코알라라'는 이야기의 소재인 음식에 대한 이해를 돕기 위해 모든 회차에 사진을 사용하였다. 2011년 네이버 웹툰인 호랑의 '봉천동 귀신'은 사운드와 일부 동영상 효과를 삽입함으로써 호러물의 특성을 강조하였다. '봉천동 귀신'의 경우, 만화의 한 부분에서 정적인 이미지를 연속적으로 빠르게 보여줌으로써 움직이는 것처럼 보이게 하는 효과를 유도하였다. 이는 무방비 상태의 독자를 깜짝 놀라게 하는 효과로 호러물이라는 장르의 특성을 부각시켜 공포감에 대한 효과를 배가 시켰다. 하일권의 2010년 네이버 웹툰 '안나라수마나라'는 전27회중 26회에만 배경음악을 삽입하였고, '두근두근두근거려'는 전32회중 26회와 28회에만 배경음악을 삽입하여 작가가 의도한 작품의 분위기를 전달하도록 하였다. 2011년 8월부터 연재중인 천계영의 다음 웹툰 '드레스 코드'는 매회 마지막 부분에 음악과 함께 동일한 동작의 동영상을 삽입함으로써 보는 재미를 주고 있다. 사례에서 살펴본 바와 같이 세로스크롤 웹툰에 사진, 동영상, 사운드가 삽입된 융합형 웹툰의 가장 큰 특징은 천계영의 작품에서만 사운드를 제어하는 기능이 있을 뿐 멀티미디어 요소를 제어하는 기능 없이 장르의 특성 또는 만화의 내용과 밀접하게 관계하여 사용되었음을 알 수 있었다.

두 번째 유형은 모션코믹스¹¹⁾ 무빙카툰, 무빙코믹스로 만화를 보는 방식이 멀티미디어 요소와 함께 자동 재생되는 형식의 만화이다.

외형적인 구성은 기존 만화와 크게 다르지 않지만 음성이나 음악, 효과음이 추가되어 있고, 페이지 내의 특정한 부분들이 움직이며 말풍선이 순차적으로 나오는 형식의 만화이다. 국내에서는 2005년에 위성DMB용으로 (주)홍테크에서 무빙카툰(Moving Cartoon)이라는 이름으로 임재원의 '짱', 강폴의 '바보', '순정만화', '일쌍다반사', 강현준의 'CAT' 등을 제작하여 TU미디어의 채널블루에서 서비스 되었고, 2010년 주호민의 '무한동력'은 QOOK TV PLUS에서 서비스 되었다. 이 작품들은 성우들의 대사와 나레이션이 말풍선과 함께 나오는 형식으로 하나의 프레임 내에서 자동재생 된다. 2008년 네이트의 툰도시에서는 학산문화사가 총 10편의 무빙카툰을 제작하였다. 학산문화사에서 제작한 툰도시의 무

빙카툰은 효과음과 배경음악만 있고 성우의 대사나 나레이션 없이 말풍선이 순차적으로 나오는 형식으로 역시 하나의 프레임 내에서 자동재생 된다. 대사나 나레이션 없이 순차적으로 말풍선이 나오고 페이지가 자동으로 넘겨지는 자동재생 형식이므로 만화를 보는 속도에 문제가 있다.

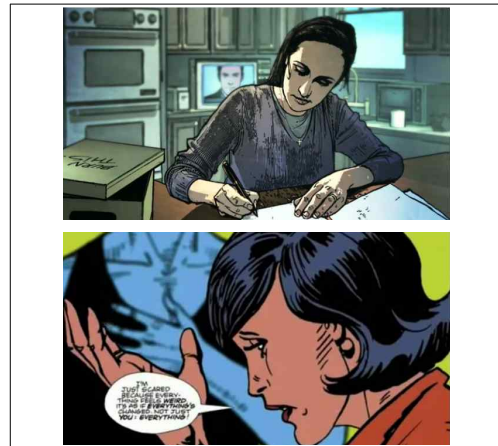


(그림 3) 국내 모션코믹스 사례 - <바보>플레이 화면 중 캡처, <무한동력> 플레이 화면 중 캡처. 출처 : 네이버 블로그.

해외 사례¹²⁾로는 스티븐 킹의 단편 소설 N을 “그래픽 비디오” 버전으로 가공한 “N”프로젝트가 있다. “N”은 스티븐 킹의 단편 소설집 “Just After Sunset”을 홍보하기 위해 만들어졌는데, 2분 분량의 에피소드로 www.NisHere.com을 통해 2008년 7월 28일부터 매주 새로운 내용이 공개되어 8월 29일 까지 총 25개의 시리즈가 선보였다. CBS 모바일(CBS mobile), CBS 인터랙티브(CBS Interactive), 마블 등이 참여한 “N”은 “Just After Sunset” 출간과 함께 DVD로 판매되기도 했다. 인물별 성우가 따로 존재하며 2009년에는 그래픽노블로도 출간되면서 하나의 소설이 만들어진 후에 재가공되어 판매되는 OSMU 기능을 수행하였다.

영화 “왓치맨(Watchmen)”은 개봉 전 기존의 그래픽노블을 가공한 모션 코믹스 “watchmen”

을 2008년 7월부터 2주간 엔터테인먼트 위클리(Entertainment Weekly)의 웹사이트(www.ew.com/watchmen)에서 무료 독점 공개되었으며 8월 2일부터는 아이튠스 스토어(iTunes Store)에서 1.99달러에 다운로드 서비스하였다. 한 명의 나레이터가 대사와 나레이션을 읽어주는데 이는 마치 무성 영화 시절 변사 한 명이 모든 상황 설명과 인물의 연기를 했던 것처럼 보인다. “N”프로젝트와 다른 점은 “Watchmen”이 본래 그래픽노블이었다는 점을 상기시킬 수 있도록, 혹은 소리가 들리지 않아도 시각적으로 내용을 이해할 수 있도록 글 칸, 말풍선을 삽입했다는 점이다.



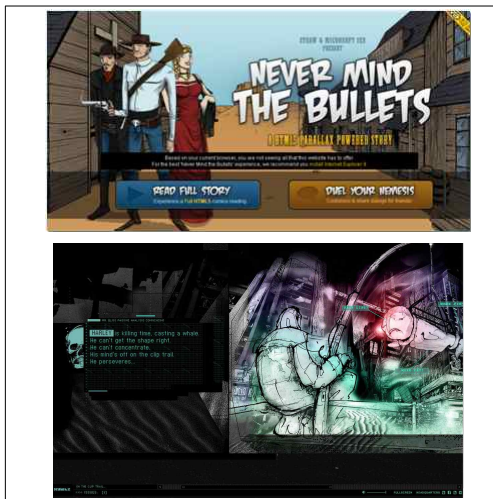
(그림 4) 해외 모션코믹스 사례 - <N>프로젝트의 플레이 화면 중 캡처, <watchmen> 플레이 화면 중 캡처. 출처 : youtube.

모션코믹스 유형의 가장 큰 특징은 텍스트를 숨기는 기능이나 움직임이나 소리를 제어하는 기능, 페이지를 넘기는 기능 없이 한 프레임 내에서 자동재생 된다는 것이다.

세 번째 유형은 비교적 최근에 나타나고 있는 인터랙티브 코믹스로 향유자의 적극적 관여에 의해서 스토리가 진행되는 형식의 만화이다.

하이브리드 웹 어플리케이션의 기술로 각광받고 있는 Html5를 활용하여 만든

www.nevermindthebullets.com'는 플래시애니메이션이나 별도의 동영상인 HTML5 기술을 활용하여 앞으로 제작될 만화의 방향성을 제시하고 있다. 가로스크롤 형태로 웹툰을 기본으로 하며 사용자가 마우스 커서를 모니터 정 중앙에 놓으면 멈추고 정중앙에서 멀어질수록 가로 스크롤이 빨라지는 형태를 갖고 있다. 페이지 당 5-6개 칸의 구성이며 페이지를 넘길 때는 마우스로 클릭을 해야 하는 사용자의 적극적인 개입이 이루어져야 하는 구조이다.



(그림 5) 해외 인터랙티브코믹스 사례
 -<Never mind the bullets>,
 <NAWLZ-Season 1: DISTORTION REIGNS
 SUPREME>
 출처 : www.nevermindthebullets.com,
www.Nawlz.com

미국 오비트미디어(Orbit media)사의 'www.orbitcomics.com'은 이용자의 선택으로 이야기가 전개된다. 즉 이야기의 분기점마다 선택에 선택을 거듭하면서 이용자의 참여로 인해 이야기가 전개 된다¹³⁾. 오스트레일리아 스투(Sutu)사의 'www.Nawlz.com'¹⁴⁾은 내용전개를 위해 진행 버튼을 클릭하여야 하며 진행버튼을 통해서 장면전환이 이루어진다. 단순히 세로나 가로로 다음 화면이 이동되는 것이 아니라 내용에 따라 이미지들이 크고 작아지는 변화에 맞추어 세로로 움직이기도, 오른쪽 또는 왼쪽으로 움직

이기도 하며 무한 캔버스적 속성을 잘 이용하고 있다. 화면 이동에 따라 이미지가 변형 또는 확대되며 이미지에 해당하는 의성어 의태어를 사용자가 클릭하면 들을 수 있는 형태이다. 이미지와 내용에 어울리는 배경음악이 흐르고, 작가가 예상한 흐름대로 사용자가 쫓아가는 형태이지만 이를 보여주는 방식에 있어서 클릭에 따른 이미지들의 변화가 있다. 또한 캐릭터나 주요사물에 마우스 커서를 놓으면 모션이 생성되어 이용자의 적극적인 참여를 유도한다.

이러한 인터랙티브 코믹스 유형의 전반적인 특징은 스토리의 진행과 효과음, 모션이 이용자의 적극적 관여에 의해 이루어진다는 것이다.

4. 연구결과 및 시사점

본 연구에서는 만화의 멀티미디어화에 따라 새롭게 나타나게 된 형식인 멀티미디어 만화의 개념 연구를 시도했다. 먼저 멀티미디어 콘텐츠에 대한 선행연구들을 통해 구성요소들을 파악하고 그에 따른 멀티미디어 만화의 개념을 설정하였다. 현재 멀티미디어 구성요소와 융합한 형태의 만화를 수집하고 분석하여 멀티미디어 만화를 보고 즐기는 방식에 따라 유형화하고 그 특성을 살펴보았다. 사례들은 멀티미디어 만화가 본격적으로 제작되기 시작한 2005년 이후의 작품으로 국내사례와 선행연구에 근거하고 수집 가능한 해외사례를 대상으로 하였다.

만화의 멀티미디어화에 따른 유형분류와 국내외 사례들을 살펴본 결과, 멀티미디어 만화가 나아가야 할 발전방향을 다음과 같이 두 가지로 요약해볼 수 있겠다.

첫째, 장르와 연령층, 매체에 따라 멀티미디어 요소를 활용해야 한다.

스마트폰과 태블릿PC와 같은 스마트 모바일 기기의 보급은 만화 산업에서 일반층까지 소비층으로 넓힐 수 있는 기회로 작용할 것이다. 네이트 툰도시의 '무빙카툰'은 PC를 이용한 웹툰에 한정된 서비스였다는 점에서 적절한 매체 선택이 이루어지지 않았다는 데에 아쉬움이 남는다. 2008년 10월부터 12월까지 순차적으로 서비스된 '무빙카툰'은 스마트폰이 보급된 현재, 스마트폰용으로 서비스되었다면 훨씬 더 많은 이용자를

확보할 수 있었을 것이다. 스마트폰은 3.5인치에서 4인치의 작은 화면으로 만화를 감상하는 데 있어 글자가 너무 작게 보이는 한계를 갖고 있다. 또한 스마트폰을 이용하는 행태로 보아 다소 산만한 상태에서 관람이 되기 때문에 시각적으로만 몰입을 요하는 웹툰 보다는 시각과 청각을 고루 사용하고 자동으로 재생되는 모션코믹스의 서비스 방식이 적합하다. 또한 자동재생 되는 형식은 만화라는 특유의 구성에 친숙하지 않은 일반층으로까지 타깃층을 넓힐 수 있는 적절한 방안이 될 수 있다.

또한 사례에서 살펴보았듯이 만화를 보는 사람을 깜짝 놀라게 할 목적이나 좀 더 다이내믹한 장면 연출과 같이 특수한 목적을 위해서 부분적으로 사용한 멀티미디어 요소는 그림과 글자로만 표현했을 때보다 그 효과가 배가된다. 또한 캐릭터나 주요 사물에 마우스 커서를 롤오버(roll over)하게 되면 사운드나 모션(Motion)이 생성되어 작가의 의도대로 향유자로 하여금 상황의 의외성을 느끼게 하는 사례도 있다. 그러나 기능적인 측면에서만 접근한 멀티미디어 요소는 오히려 산만하다거나 지루한 느낌으로 보여 질 수 있으므로 만화에서의 멀티미디어 요소는 매체에 따라 장르적으로 활용되어야 한다. 또한 모바일 기기들의 보급으로 인하여 변화된 소비층에 대한 연구를 통해 타깃을 세분화하고 타깃별, 매체별 맞춤형 콘텐츠를 제작하여 서비스하는 것이 필요하다.

둘째, 만화 향유자의 특성을 고려한 제어 기술의 고차원화가 필요하다.

멀티미디어 만화는 시각에만 의존하던 만화를 보는 방식을 청각을 비롯해 기타 감각을 더 확장하게 함으로써 보다 능동적으로 콘텐츠와 소통하게 할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 위에서 언급한 장르와 다양한 타깃층, 매체에 따라 멀티미디어성을 적절하게 사용하여야 만화에 대한 가치와 시장을 넓힐 수 있는 방안으로서의 역할을 할 수 있다.

모션코믹스의 경우, 정적인 이미지에 약간의 움직임과 배경음악과 효과음, 대사 등의 사운드와 페이지 넘김이 수동적인 자동재생되는 방식으로 향유자들의 개개인의 특성을 고려하지 못했다. 예를 들어, 만화 마니아층은 만화를 볼 때 그림과 텍스트를 선택적으로 빠르게

보며 페이지를 넘기는 경향이 있다. 또한 만화 형식에 익숙하지 않은 소비층은 만화의 구성이 산만하다고 느껴질 수 있으므로 순차적으로 보여 지는 형식이 만화의 흐름을 자연스럽게 따라갈 수 있도록 도와주기도 한다. 같은 소비자가 만화를 보는 기기나 장소, 상황에 따라 서로 다른 방식으로 만화를 보고 싶어 할 수도 있다. 이러한 특성들을 적절하게 적용한 사례로 스마트폰의 어린이용 그림동화 콘텐츠를 보면, 사운드와 움직임의 제어 기능 버튼과 페이지 넘김 기능이 있어 소비자의 특성에 따라 제어가 가능하다. 가령, 사운드 없이 텍스트와 정적인 그림으로만 내용을 파악한 후 개인의 속도에 맞게 페이지를 넘길 수 있다. 또한 사운드를 켜고 동영상으로 볼 수 있도록 하는 제어 기능이 있어서 상황에 따라, 향유자의 취향에 따라 콘텐츠를 즐길 수 있다는 부분이 편의적이다. 이와 같이 향유자와 매체의 특성에 따라 멀티미디어성을 제어하는 기능이 고차원화 되어 기능면에서 향유자에게 편의성을 제공하는 맞춤형 서비스가 필요하다.

만화를 소비하는 향유자들은 멀티미디어가 가능한 다양한 기기를 접하게 되면서 비선형적이고 산만한 형태로 콘텐츠들을 접하고 있다. 환기된 감각을 몰입으로 끌어내기 위하여 멀티미디어적인 아이디어로 만화 자체의 특성을 다각화하고 변화된 매체환경에서 향유자의 만화이용행태에 맞는 콘텐츠를 개발해야 한다. 즉, 만화의 멀티미디어화는 향유자들의 감성을 시각과 청각을 통해 감각을 더욱 확장하고 타 감각의 자극을 통해 활성화함으로써 향유자가 보다 적극적으로 콘텐츠와 소통하도록 하는 발전적인 방향으로 활용되어야 한다.

그러므로 이번 연구에서 미처 이루어지지 못한 변화된 매체환경에 따른 매체별, 상황별, 장르별 만화이용행태에 대한 양적인 연구가 이어져 이번 연구와 함께 활용된다면 디지털 만화에 대한 새로운 바로미터로 유용한 자료가 될 것이라고 기대하며 후속연구가 이어지길 바란다.

참 고 문 헌

[1] 박영욱(2008), 『매체, 매체예술 그리고 철학』, 향연

[2] 스콧 맥클루드, 김낙호 역(2008), 『만화의 미래』, 비즈 앤 비즈

[3] 한국콘텐츠진흥원(2011), 「콘텐츠산업 동향과 분석-출판/만화」, 제 7호(통권 7호), 『2011년 콘텐츠산업 동향과 분석』, 2011, 한국콘텐츠진흥원의 내용을 참고하여 정리함.

[4] 스콧 맥클루드, 김낙호 역(2008), 『만화의 미래』, 비즈 앤 비즈

[5] 최민성(2006), 『멀티미디어 상상력과 문화 콘텐츠(미디어를 넘나들며 상상하고 창조하기)』, 논형, p.18.

[6] 최민성(2006), 『멀티미디어 상상력과 문화 콘텐츠(미디어를 넘나들며 상상하고 창조하기)』, 논형, pp.139-140.

[7] 임찬(2010), 「영상 매체에서 사운드와 연계된 영상 스토리텔링의 기호학적 분석」, vol.23 No.5, 『디자인학연구』, p. 71

[8] 김용현 고은영(2009), 「웹툰에서의 몰입을 위한 인터랙션 분석 연구」, vol.23 No.5, 『한국디자인문화학회지』, 연구결과를 참고함

[9] 임찬(2010), 「영상 매체에서 사운드와 연계된 영상 스토리텔링의 기호학적 분석」, vol.23 No.5, 『디자인학연구』, p. 78

[10] 박진우 송현주(2010), 『멀티미디어 뉴스 콘텐츠 : 생산 · 유통 · 소비의 현황과 전망』, 2010, 한국언론진흥재단, p.21

[11] 모션코믹스는 정적인 그림으로 이뤄진 일반 만화와 애니메이션 사이에 태어난 새로운 만화형식으로서 기존 콘텐츠를 활용한 추가 수익 구현과 효과적인 홍보 수단으로서 주목받고 있다. 모션 코믹스는 외형적으로 전통적인 만화책과 크게 다를 바 없어 보이지만 음성이나 음악이 추가되며, 일반 애니메이션과는 달리 화면 전체가 아닌 페이지 내의 특정한 부분들만 움직이며 상황에 따라 줌인/ 줌아웃이 가능하다는 차이점이 있다.(Strabase(2008), 「만화와 애니메이션의 만남, '모션 코믹스(motion comics)'의 새로운 실험」, 『디지털 미래와 전략』, 2008, Strabase, p.26에서 참고하여 정리함)

[12] 모션코믹스의 해외 사례는 Strabase(2008), 「만화와 애니메이션의 만남, '모션 코믹스(motion comics)'의 새로운 실험」, 『디지털 미래와 전략』, 2008, Strabase, p.26-29에서 참고하여 정리함.

[13] 김용현 고은영(2009), 「웹툰에서의 몰입을 위한 인터랙션 분석 연구」, vol.23 No.5, 『한국디자인문화

학회지』, p. 80

[14] 김용현 고은영(2009), 「웹툰에서의 몰입을 위한 인터랙션 분석 연구」, vol.23 No.5, 『한국디자인문화학회지』, p. 81에서 참고하여 'www.Nawlz.com' 사이트의 특성을 정리함

김보현



2006년 : 세종대학교 영상대학원 (예술학석사)

2011년 : 세종대학교 대학원 (학과간 협동과정 애니메이션전공 박사과정 수료)

2006년~현재 : 인덕대학 만화영상애니메이션학과 겸임교수

홍난지



2008년 : 세종대학교 대학원 (예술학석사)

2010년 : 세종대학교 대학원 (학과간 협동과정 애니메이션전공 박사과정 수료)

2008년~현재 : 세종대학교 교양학부, 세종대학교 만화애니메이션학과, 청강대학교 만화창작과 시간강사