

디지털 만화의 감성 자극 요인에 대한 유형 연구

김보현*, 홍난지**

요약

본 글은 인터넷을 통해 향유되는 만화가 모니터와 마우스와 같은 매체로 인하여 향유자의 감성을 확장한다고 전제하고 향유자의 만화 감상 유형을 탐구하고자 하였다. 디지털 만화의 향유자는 네트워크와 실시간 반응의 상호작용으로 작가 혹은 향유자들과의 소통을 통해 감성을 자극받을 수 있다. 또한 세로스크롤로 선택과 제어가 가능하며 이를 통해 작품의 몰입을 강화할 수 있고 스토리에 더욱 집중할 수 있다. 이러한 전제를 검증하기 위하여 감성 자극 요소를 추출한 결과 요소들은 감성 자극을 강화 받는 단계를 기준으로 커뮤니케이션형과 스토리집중형으로 향유자가 디지털 만화를 통해 얻는 감성 자극을 유형화할 수 있었다. 본 연구는 디지털 만화를 둘러싼 매체 기술적 요인들과 향유자 간의 관계를 밝히는 연구로써 의의를 가질 수 있다.

키워드 : 매체기술, 디지털만화, 감성, 향유, 디지털기술, 소통, 네트워크, 선택, 제어, 멀티미디어

A study on the Types of the Emotional Stimulation Factors of Digital Cartoons

Bo Hyun Kim*, Nan Ji Hong**

Abstract

This study aimed to investigate the types that readers enjoying cartoons appreciated cartoons under the premise that cartoons enjoyed over the internet would expand their sensitivity through media such as monitors and mice. The sensitivity of readers enjoying digital cartoons can be stimulated through communication with cartoon writers or other readers as the interaction of the real-time response to the network. The choice and control are possible with a vertical scroll bar. Accordingly, readers can be absorbed in a work and focus on its story much more. As a result of extracting emotional stimulation factors to verify these assumptions, factors were able to classify the sensitivity that readers enjoying cartoons obtained from digital cartoons into two types, communication and story-focus type, based on the phases that emotional stimuli were strengthened. This study will be significant as a study to identify the relationship between media-technological factors and readers enjoying cartoons in relation to digital cartoons.

Keywords : media technology, Digital Cartoons, sensibility, enjoyment, digitech, communication, network, selection, control, multimedia

1. 서론

※ 교신저자(Corresponding Author): Kim bo hyun

접수일: 2013년 11월 27일, 수정일: 2014년 2월 22일

완료일: 2014년 4월 25일

* 인덕대학교 만화·영상애니메이션학과

Tel: +82-010-9013-8522

email: ambomb@naver.com

** 세종대학교대학원 애니메이션학과 박사과정

Tel: +82-010-3180-5032

email: nan0459@naver.com

감성은 21세기의 키워드로 문화뿐만 아니라 기술, 경영, 디자인, 마케팅 등 다양한 분야에서 프로세스 전반의 혁신을 유도함으로써 미래 국가 성장 동력의 견인차 역할을 하고 있다. 실제로 많은 사람들은 21세기를 감성의 시대라고 규정하는 데 주저하지 않는다.***

*** 이종성(2010.12 겨울), 「감성과 문화 그리고 인문학적 상상력」, 『대동철학』, 제 53집, 대동철학회 논문집, p.330

디지털기술은 콘텐츠 감상 시 향유자의 감성을 자극하는 수단으로서 역할을 한다. 또한 네트워크를 통한 소통을 용이하게도 하는데 인터넷 상에서 만화 향유자들은 이러한 즉각적인 소통을 향유의 즐거움의 하나로서 인식하고 있다. 인터넷 상의 만화는 네트워크 성을 기반으로 한 즉각적인 반응과 보는 방식의 변화, 그 중 멀티미디어들의 결합으로 나타나는 여러 실험적인 시도들로 인해 향유자의 감성을 자극할 수 있다. 그러므로 디지털만화의 매체 기술적 요소는 향유자의 감성을 확장할 수 있다는 전제로 그와 관련된 요소들을 살펴보고자 한다. 디지털만화에서 감성적 확장을 가져오는 매체 기술적 요인들과 사례분석을 통하여 디지털만화에 관한 이해의 폭을 더 넓힐 수 있을 것이다.

이에 대한 연구문제를 다음과 같이 설정한다.

연구문제1. 디지털만화의 감성자극 요인들은 무엇인가?

연구문제2. 디지털만화의 감성자극 유형과 특징은 무엇인가?

연구의 방법은 먼저 디지털만화의 감성자극에 대한 구성요소에는 어떠한 요소가 있는지 파악하기 위하여 향유자를 대상으로 무작위 사전 설문조사를 실시한다. 설문조사는 서울소재 I대학의 만화학과 학생 10명을 무작위로 선정하여 개방형 설문으로 실시한다. 다음으로 디지털만화의 감성자극 요소를 요인분석 하여 유형화하고 각 유형별 특징을 파악한다. 디지털만화의 감성자극에 대한 유형별 특징을 통해 디지털만화가 향유자에게 어떠한 감성적 확장을 가져오는지 감성자극에 관한 논의를 살펴본다.

2. 이론적 배경

2.1 디지털만화에 관한 이론적 논의

디지털만화란 만화가 디지털데이터로써 변환되거나 제작되어서 디지털 미디어의 구현이 가능한 기기에서 전달되는 것을 말한다. 즉 디지털만화는 광범위한 측면에서 디지털 기술이 적용되는 만화를 총망라하고 있다.*

디지털만화의 매체적 특성과 관련한 선행연구는 크게 만화를 보는 매체와 관련된 특성연구와 디지털기술에 의한 형태적 변화에 대한 연구가 주를 이루었다. 몇 가지 연구사례를 살펴보면 다음과 같다. 김성은**은 웹툰의 개방성으로 인한 참여, 공유와 관련하여 웹툰의 시각 커뮤니케이션으로서의 기능인 사회적 일상성을 연구하였고, 최유남***은 웹툰의 형식적 특징을 반영한 연출을 영화적 기법과 연관하여 연구하였다. 김용현, 고은영****은 정적인 형식의 웹툰에 내용전개의 집중성과 참여와 흥미를 유발하기 위한 하나의 방안으로 인터랙티브 요소의 개입을 언급하였고, 김보현, 홍난지*****는 만화와 멀티미디어와의 융합에 의한 만화의 형식에 대해 연구하였다. 이러한 연구들의 공통점은 만화가 디지털데이터로써 가지는 특징 즉, 매체적 특징에 초점이 맞추어져 있음을 알 수 있다. 본 연구는 선행연구자들과 같은 관점에서 이미 밝혀진 특징들을 향유자의 감성 자극적 측면에서 살펴본다는 점에서 그 차별성을 찾을 수 있다.

현재 인터넷 상에서 포털사이트를 중심으로 연재되고 배포되는 만화를 웹툰으로 정의하고 있다. 웹툰에는 인쇄만화를 스캔한 형태로 서비스하는 스캔만화는 포함하지 않는다. 즉 디지털만화에서 세분화된 개념으로 웹툰과 스캔만화는 구분되고 있다. 웹툰에서도 단순히 글과 그림 뿐 아니라 사운드의 결합과 부분 애니메이션 등의 형식이 등장한다. 그러나 광의의 개념인 디지털만화라고 본 논문에서 명명하는 사안의 초점은 차기 기기가 가질 새로운 기능에 대한 발전가능성을 포함하고 네트워크의 변화로 인한 소통과 기술적 요소가 창작과 향유에 미치는 영향, 그리

리텔링에 대한 고찰」, 『한국학연구』, 제30집, 고려대학교 한국학연구소, p. 241

** 김성은(2009, 6), 『웹툰의 사회적 일상성에 관한 연구』, 홍익대학교 대학원 석사논문

*** 최유남(2012. 8), 『웹툰 연출의 영화적 기법 연구』, 부산대학교 대학원 석사논문

**** 김용현, 고은영(2009,12), 「웹툰에서의 몰입(Flow)을 위한 인터랙션 분석 연구」, 『한국디자인문화학회지』, 제15집 제4호, 한국디자인문화학회

***** 김보현, 홍난지(2012. 3), 「매체발달에 따른 만화의 멀티미디어와의 융합에 관한 연구」, 『한국디지털콘텐츠학회지』, 제13집 제1호, (사)한국디지털콘텐츠학회

* 이상민(2009. 6), 「웹 만화의 매체적 특성과 스토

고 향유와 유통 미디어의 특성이 창작단계에 미치는 영향력이 크다는 관점에 주력하기 때문이다.

2.2 디지털만화의 감성자극 구성요소

많은 학자들이 감성 혹은 감성상태에 대해 연구한 결과 감성적 상태를 다 표현한 것은 아니나 감성에는 기본적인 범주가 있음을 밝혔으며, 학자에 따라 기쁨, 고통, 희망, 공포, 절망, 편안함, 사랑, 분노, 기대, 격노, 두려움, 행복, 슬픔, 근심, 역겨움 등을 그 기본적 범주로 보았다.* 심리학에서는 감성에 대하여, 기본적으로 감각기관에 기초를 두는 심리적 작용으로, 감각기관으로부터 독립된 능력인 이성과 구별되고, 일상생활에서 인성이나 향수, 애착, 정감, 동정심, 미의식, 상상력 등의 내적 원인으로 작용하고 있다고 설명한다.** 이러한 감성에 대한 심리학적 연구는 감성적 경험과 관련된 네 가지 변수 즉, 상황평가, 신체 변화, 표현적 행동, 동기유발 행동에 초점을 맞춘다.*** 다시 말해, 감성은 감각기관을 통해 지각된 상황을 평가하고, 그 평가된 상황에 의해 신체변화를 동반하며, 곧 표현적 행동으로 나타나고, 특정 행동을 유발한다는 것이다. 가령, 재미있는 만화를 보았을 때, 만화가 재미있는 이유에 대해 평가하고, 기분이 가벼워지거나 몰입하는 등의 신체적 증상을 경험하며, 미소를 짓는 것과 같은 표현적 행동이 나타나고, 다른 사람에게 이 만화를 알리려는 행동을 하고 싶은 충동을 갖는다.

한국감성과학회에서는 ‘감성’을 ‘물리적 · 화학적 · 언어적 등 다양한 내적 · 외적 자극에 의한 감각, 지각으로부터 인간의 내면에 유발되는 개인적인 변화를 느끼고 반응하는 능력’****이라고 정의하였고, 한국문화콘텐츠진흥원에서는 ‘감성이란 감각기관을 통해 정보를 받아들여 인식과정을 거쳐 신체를 통해 표현하는 것*****’이라고 정

의한다. 정리하면, 시각 · 청각과 같은 감각기관을 통해 받아들여진 정보가 개인적인 경험과 기억에 기반 하여 인식과정을 통해 표출하는 것이라고 할 수 있다. 이러한 감성은 단지 주어지는 것을 느끼고 받아들이는 감수 기관이 아니라, 인간을 새로운 상상의 세계로 인도하는 더듬이 기능을 한다.* 추상적인 것을 구체화하는 능력을 가리키는 상상력은 이미지를 마음속에 그린다는 의미**로 모든 창작물의 씨앗이다. 인간을 상상의 세계로 인도하는 것은 감성의 몫이다. 창작자의 감성적 상상력은 새로운 세계를 창조하며, 인간의 감성을 통해 창조된 세계로의 여행이 가능하다. 즉 감성은 모든 소통의 가능성을 열어준다.

2.2.1 디지털만화의 문화적 특성

네트워크는 사회학에서 쓰여 온 용어로, 사람들을 연결시키고 사회학적 지위나 집단이나 조직을 연결시키는 관계의 묶음을 의미한다. 어떤 네트워크 분석가들은 행위자들이 종종 서로 직접적으로 연계되어 있기 때문이 아니라, 제3자에 대한 유사한 연대를 공유하고 있기 때문에 공통의 관심을 가지게 된다***고 한다. 즉, 네트워크는 공통의 관심사를 가지고 정보기기를 통해 연결된 관계의 묶음을 말한다.

네트워크 기반에서의 디지털만화는 매우 ‘능동적 읽기’의 매체이다. 하이퍼텍스트의 저자 란도는 ‘능동적 읽기’에 대해 다음과 같이 표현한다. ‘그들은 존재하는 텍스트를 취한 뒤 여기에 뭔가를 덧붙인다. 하지만 그들이 네트워크로 연결된 컴퓨터 환경에서 글을 쓰기 때문에 의견이 덧붙여진 블로그는 트랙백을 통해 능동적 향유자의 텍스트와 연결하고, 그것에 통합시킴으로써 토론을 계속할 수 있게 되는 것이다.’**** 즉 능동적 읽기 또는 능동적 향유자란, 텍스트 향유에 대한 자신의 목소리를 내고, 속편이나 패러디 작품들을 만들어내는 작가역할 경험 또는 진짜 작가로

* 원종철(2002. 2), 「감성과 이성」, 『인간연구』, 제 1권 제1호, 가톨릭대학교 인간학연구소, p.44 참조.

** 네이버 지식백과

*** 원종철, 위의 글, p.49

**** 이상태(2009.12), 『감성기술 동향조사 및 콘텐츠산업 접목 방안 연구』, (사)한국감성과학회, 문화체육관광부, p.58

***** 문화체육관광부(2009), 『문화기술(CT) R&D 기본계획』, 한국문화콘텐츠진흥원, *

* 백종현(2001. 6), 「문화란 무엇인가」, 『우리말 철학사전 1』, 지식산업사, p.47.

** 임현우(2010. 9), 「한국인, 상상력을 디자인하라」, 『인문학콘서트(2)』, 이숲, p.98-99 참조.

*** 사회문화연구소(2000, 10), 고영복 편, 『사회학사전』

**** George P. Landow(2006), 김익현 역, 『Hypertext 3.0』, 커뮤니케이션북스, p.4

데뷔하는 향유자를 말한다. 만화작가 데뷔 시스템은 전문가 집단에 의해 운용되는 ‘등단’이라는 공식적인 제도 대신에 순전히 소비자의 직접적 ‘반응’에 의해 결정되고, 그 본질상 향유자와의 활발하고 즉각적인 상호 작용을 전제로 하며, ‘게시판과 댓글’이 라는 형식적 프레임 자체가 이를 보장하는 동시에 강제한다.*

향유자의 공감을 넘어서 참여를 유도하여 즉각적인 소통의 도구로 이용하는 디지털만화는 네트워크와 상호작용, 실시간반영을 통하여 가시화되고 있다.

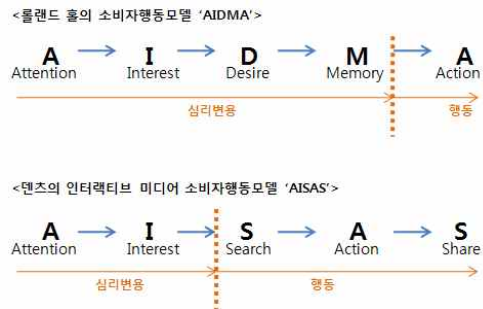
커뮤니케이션 이론에 ‘놀이’의 개념을 도입한 스티븐슨(W. Stephenson)은 대중예술이 제공하는 본질적인 즐거움을 ‘다시 보기의 즐거움’과 ‘소통의 즐거움’으로 표현했다.** 능동적 읽기는 ‘다시보기의 즐거움’과 ‘소통의 즐거움’을 양산한다. 예를 들어, 능동적 읽기는 디지털 시대에 와서 다시보기와 소통을 넘어서서 스스로 창작까지 하게 이르렀다.

한편, 일본의 마케팅업체인 덴츠사는 1920년 롤랜드 홀의 소비자행동모델인 ‘AIDMA’를 변형하여 인터넷, 휴대폰 등 인터랙티브 미디어에서의 소비자행동모델인 ‘AISAS’를 제창하였다. 그들에 따르면, 인터넷이 보급됨에 따라 기업(발신자)이 소비자(수신자)에게 정보를 전달하는 흐름 외에 소비자가 직접 정보를 수집(search)하고 공유(share)하는 두 가지 특징적 행동이 구매를 결정하는 요인으로서 중요해졌다. 그러므로 ‘AIDMA’에 비교하여 ‘심리변용’의 프로세스(A·I·D·M)가 축소되고 ‘행동’에 해당하는 프로세스(S·A·S)가 확대되었다.***

디지털만화의 향유자들은 ‘AISAS’처럼 감성에 자극받아 감동에 머무르는 것이 아니라 공유하고 퍼뜨리는 행동을 서슴지 않고 나아가 스스로 창작하기도 한다. 인터넷에서 유행하는 서브컬처들을 패러디하여 만화를 그려 공유하기도

하면서 만화는 그러한 문화적 다양성을 주류로 내보내는 수단으로서의 역할을 하기도 한다. 또한 패러디의 경우, 최소한의 정보가 공유되었을 때 그 즐거움을 느낄 수 있으며 이미 알고 있는 내용에 대한 편안함과 그것을 새롭게 확장하고 판본과 다른 시각에서 그 의미 차이를 발견하는 신선함, 그리고 변형을 통한 쾌감 등을 느끼게 된다.****

(그림 1) ‘AIDMA’와 ‘AISAS’



(Figure 1) ‘AIDMA’ and ‘AISAS’

이와 같이, 네트워크는 능동적 읽기의 기반이며, 능동적 읽기는 텍스트에 대한 향유자의 반응이다. 향유자의 반응은 참여 또는 직접 개입 등 다양한 방식으로 표출되어 신진 작가와 새로운 장르를 양산하며, 제한된 정보를 공유하는 향유자들은 특정 집단을 만듦으로써 소통의 즐거움을 갖는다. 소통은 정보와 감성적 공유에 의해 가능하다. 향유자 간에 감성을 공유함으로써 집단적인 감성을 형성하고 이는 또 개인의 감성을 자극하는 효과가 있다고 할 수 있다. 뿐만 아니라, 창작자와 향유자 간의 소통은 창작에 직·간접적 영향을 미치기도 한다.

2.2.2 디지털만화의 형식적 특성

디지털만화의 형식적 특성은 디지털만화를 향유하는 미디어의 특성에 따라 다르다. 디지털만화는 칸의 형태나 크기, 공간, 채색 등이 플랫폼에 따른 화면의 특색을 반영하고, 이와 함께 디지털 미디어의 특징인 다양한 멀티미디어의 활용으로 소비자의 감성을 체험적으로 자극한다.

* 김수환(2011. 6), 「너희가 병맛을 아느냐?」, 『인여의 시선으로 본 공공성의 인문학』, 이파르, p.108~109.

** 송지언(2008. 2), 「인터넷 답글에 나타난 웃음의 분석과 국어활동 교육」, 『국어교육연구』, 제42집, p. 102.

*** 덴츠크로스미디어개발프로젝트 팀, 휘닉스커뮤니케이션즈 마케팅플래닝본부 역(2009), 『크로스워치』, 나남, pp.68-70.

**** 송지언, 위의 글, p. 102~106 참조.

성공한 인터랙티브 프로덕션의 특징 중 하나는 사용자에게 풍부하고 완전히 몰입할 수 있는 환경을 제공한다는 것이다.* 이 특징에 대하여 캐롤린은 ‘관찰하는 대신 작품의 일부가 되는 경험’이라고 표현하면서 디지털 텍스트에서 그 경험은 ‘선택과 제어’에 의해 실현 된다**고 하였다. 선택과 제어는 마우스 스크롤링과 클릭 기술로 실행된다.

만화가 종이에서 화면으로 옮겨지면서 갖는 특징 중의 하나는 무제한적인 공간에서 펼쳐지는 진행을 스크롤링하며 향유하는 것이다. 향유자가 한 눈에 볼 수 있는 크기는 제한적이기 때문이다. 따라서 제한된 틀에서 향유자는 감정 흐름에 따라 스크롤링 속도를 조절***하며 향유하고, 이때 보지 못한 불확실한 것에 대한 호기심이 긴장감을 유발한다. 호기심은 무언가 발견하려는 강렬한 열망이며, 무엇이 어떻게 해결되었는지 지켜보는 것이다.**** 선택과 제어는 제한된 틀이라는 환경적 요인으로 인해, 향유자의 감성을 자극할 목적으로 작가가 전달하고자 하는 의미를 나타내기 위해 효과적으로 사용될 수 있다. 이에 대하여 강현구는 웹툰의 감상이 마우스를 이용한 세로스크롤을 이용해야하므로 모든 장면이 영화의 킬트 기법을 연출하게 된다*****고 하였다. 스크롤을 이용한 만화 감상은 모니터 화면에서 부분만을 보여주게 되고 점점 아래로 이동하며 전체를 보게 되므로 일종의 반전을 유도한다. 세로 스크롤을 통하여 정지된 화면임에도 동영상을 보는 듯하고 반직접적인 장면 연출을 통해 작품에 대한 제어의 즐거움을 느낄 수 있다.

3. 디지털만화의 감성자극 유형

서울소재 I 대학의 만화과 학생 10명을 대상으로

* 캐롤린 핸들러 밀러, 전승규 감수(2006), 『디지털 미디어 스토리텔링』, 커뮤니케이션북스, p.75
 ** 캐롤린 핸들러 밀러, 위의 책, p.74
 *** 이상민(2009. 6), 「웹 만화의 매체적 특성과 스토리텔링에 대한 고찰」, 『한국학연구』, 제30집, 고려대학교 한국학연구소, p. 243
 **** 캐롤린 핸들러 밀러, 위의 책, p.240.
 ***** 강현구(2007), 「강풀 장편만화 스토리텔링의 경쟁력」, 『인문콘텐츠』, 제10호, 인문콘텐츠학회, p. 241.

로 개방형으로 실시한 설문조사 결과 디지털만화를 향유하는 과정에서의 감성자극에 대한 요소는 속도 조절가능, 선택적 상황, 다음 것에 대한 기대감, 반전효과, 사운드, 동영상, 향유자 댓글, 작가후기, 평론, 좋아요 기호 나타났다. 이 요소들을 분류해보면 만화를 향유하는 과정과 향유 후 댓글 등의 글을 통해 받는 감성자극으로 분류할 수 있다. 따라서 감성적 자극을 받는 단계를 기준으로 묶었을 때 크게 커뮤니케이션형과 스토리집중형으로 유형화 할 수 있다. 각 유형별 특징을 설문조사의 내용과 이론적 배경을 토대로 살펴보면 다음과 같다.

3.1 커뮤니케이션형

커뮤니케이션형은 댓글과 작가의 한마디, 평론글, 좋아요 기호 등 커뮤니케이션에 의한 감성자극 유형이다. 댓글에 의해 감성을 자극받는 경우는 처음 보았을 때 무심코 지나쳤던 부분을 댓글을 봄으로써 재감상하고 알게 된 정보를 찾는 과정에서 공감을 하게 된다.

네이버 웹툰에서 연재 중인 삼촌의 <이런 영웅은 싫어>는 120화의 만화 내용에 대하여 향유자가 남긴 댓글을 다음 회(121회) 만화에 반영하여 이를 알고 있는 향유자들과 더욱 긴밀한 소통을 한다. 120회에서 댓글의 내용을 알고 있는 향유자는 자신의 상호텍스트적 지식으로 재미의 감성을 확대할 수 있다.

(그림 2) 삼촌의 <이런 영웅은 싫어>



(Figure 2) I hate these heroes

네이버의 웹툰 중 랭포의 <sm플레이어>는 이벤트를 통하여 자신의 만화에 직접 향유자가

참여할 수 있게 한다. 만화의 본문에서 자신의 만화를 보는 이들이 예의를 갖추고 보지 않을 것이라고 추측하고 만일 이와 반대되는 의견의 향유자가 있다면 작가의 메일로 사진을 찍어 발송하라는 이벤트를 연다. 이후 향유자들은 정장이나 한복 등을 입고 예를 갖추어 만화를 감상하는 사진을 찍어 보냈다. 랑또의 이벤트가 다른 만화와 차별적인 것은 향유자가 보낸 사진을 직접 자신의 만화에 작품의 내용으로 반영하였다는 점이다. 일반적으로 작가의 블로그에서 이벤트 한 것은 블로그 내에서 마무리되는 것과는 다르게 랑또는 직접 자신의 작품에 향유자들이 보낸 사진을 리소스 하여 한 회 분량을 채운 것이다.

(그림 3) 랑또의 <sm플레이어> 30화, 32화

작가의 말 (랑또)

교양있고 수준높게 만화를 보고계신 레이디스 앤 젠틀맨 독자분들을 모십니다. 자세한건 블로그로 고고싱.



(Figure 3) sm player

<sm플레이어>시즌 2, 1화에서는 시즌2를 시작하는 이벤트를 작가 블로그에서 한 후 바로 반영하여 만화 캐릭터로 등장시켰다. 이 시도는 종전의 이벤트와는 다르게 향유자의 사진을 리소스 하는 것에서 그친 것이 아니라 새롭게 캐릭터화 하였다는 점이다. 랑또의 만화에서 향유자는 작가와 작품에 대해 소통하는 것 뿐 아니라 직접적으로 작품 안으로 침범하길 원하며 작가는 이를 작품의 소재로 활용한다. 이렇게 삼촌과 랑또의 만화는 댓글과 작가의 말 또는 작가

블로그를 통해 상호소통하고 이를 즉각적으로 반영하는 등 매체기술의 요인들을 적극적으로 활용하여 감성을 확대하고 있다.

(그림 4) 랑또의 <sm플레이어>시즌 2, 1화



(Figure 4) sm player

3.2 스토리집중형

스토리집중형은 스토리의 진행을 위하여 기술을 사용하는 향유자의 유형으로, 커뮤니케이션형이 작가나 향유자들 간의 소통을 통해 감성을 자극한다면 스토리집중형은 만화 자체에서 얻는 감성적 즐거움이 크다.

디지털만화는 향유자가 한 눈에 볼 수 있는 크기가 제한적이기 때문에 스크롤링하며 향유하는 것이 특징이다. 이때 향유자는 감정 흐름에 따라 스크롤링 속도를 조절하거나 클릭을 통해 다음화면으로 이동한다. 이때 보지 못한 불확실한 것에 대한 호기심이 긴장감을 유발한다. 제한된 틀과 선택과 제어는 향유자의 감성을 자극할

목적으로 작가가 전달하고자 하는 의미를 나타내기 위해 효과적으로 사용될 수 있다.

(그림 5) 하일권의 <두근두근두근거려>



(Figure 5) pit-a-pat palpitate

예를 들어, 의외의 상황연출로 깜짝 놀라게 할 수도 있고 예상했던 상황을 반전 시키는 데에도 흥미롭게 사용될 수 있다. 하일권의 <두근두근두근거려> 1화에서는 담임선생님이 교실에 등장할 때, 멋진 남성의 등장에 환호하는 학생들의 반응

에 자연스럽게 동의하며 스크롤링 한다. 그러나 곧 상반신에서 풍겨오는 멋진 모습의 환상을 깨뜨리는 하반신이 모습을 드러내면서, 향유자는 펼쳐지는 장면의 상황과악과 함께 눈썹이 올라가거나 양 입 꼬리가 저절로 올라가게 된다. 이에 따르는 감성이 유도하는 행동은 댓글로써 누군가와 공유하거나 평가하는 등의 행동을 충동한다.

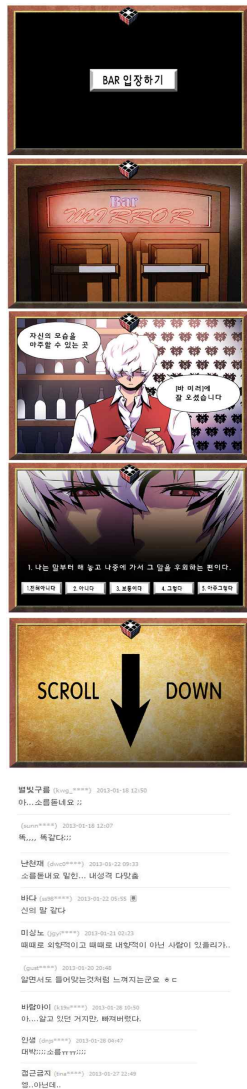
(그림 6) 호랑의 <연가시>



호랑작가가 그의 다 수의 만화에서 사용한 기법인 깜짝 움직이는 착각과 무언가 튀어나오는 착각을 불러일으키는 기법은 스크롤링 내내 호기심으로 인한 긴장감을 고조시키고 결국 깜짝 놀라게 함으로써 소름이 돋게 하거나 어깨가 오싹해지는 반응을 일으키며, 공유를 통해 소통의 즐거움을 누리게 한다.*

* 네이버 영화 매거진 '2012년 통계로 본 네이버 영화'에 따르면 '가장 댓글 많은 매거진 BEST 5'에서의 1

(그림 7) 이종범의 <닥터 프로스트>



(Figure 7) Dr. Frost

이종범의 <닥터 프로스트> 추석 특별판은 향유자를 직접 심리테스트의 응답자로 참여시킴으로써 관찰자에서 참여자로의 경험을 제공한다. 이 경험은 클릭에 의해 이루어지며 클릭의 동작은 더욱 몰입을 유도할 뿐만 아니라, 작가의 의도에 자연스럽게 동조하는 태도를 갖게 하여, 한껏 고개를 끄덕이게 한다.

위는 호랑작가의 <연가시>이다.
<http://movie.naver.com/movie/mzine/cstory.nhn?nid=1592>

이러한 효과의 가장 중요한 전제는 기술적 요소와 스토리와와의 긴밀한 관계이다.

지면에서의 만화가 칸 사이의 여백을 통해 지면의 만화가 보여주는 한계를 극복하고 상상 속에서 오감을 개입*시켰다면, 화면으로 옮겨온 만화는 사운드와 움직이는 그림과 같은 기술적 요소로까지 확장되어 지각적이면서 동시에 감성적으로 매우 설득력 있게 향유자에게 전달하는 작가적 상상력을 실현한다. 소리와 움직임을 눈과 귀로 체험하는 것은 그림과 문자에서 느끼는 것보다 현실 효과는 강력하고, 따라서 지각되는 정도에 따른 감성 역시 강하게 자극받는다.

(그림 8) 호랑 <더 임파서블>



(Figure 8) The impossible

최근 스토리와 연관하여 의미를 분명하게 전달할 의도로 이러한 멀티미디어 요소들을 적극 활용한 만화들이 등장하고 있다. 장르의 특징을 살려 사운드와 동영상을 이용하기로 잘 알려진 호랑작가의 만화는 향유자의 호기심을 자극하여 긴장감을 유지시키고 강렬한 사운드와 움직이고 흔들리는 이미지의 사용으로 감성을 자극한다. 2013년 1월 영화개봉을 앞두고 공개된 만화 <더 임파서블>은 쓰나미에 휩쓸리는 장면에서 실감나는 사운드와 반복적으로 움직이는 부분 영상을 포함한 긴 이미지를 자동 스크롤링 되는 기술과 함께 사용하여 쓰나미의 공포와 두려움을 간접적으로 전달한다.

* 스콧 맥클루드, 김낙호 역(2008), 『만화의 미래』, 시공사, p.97.

4. 결론 및 제언

본 논문은, 디지털만화가 기존의 인쇄만화가 제공하지 못했던 새로운 기능과 문화현상을 야기하였고 이러한 기능과 현상을 향유자의 감성 자극에 활용하기 위해서는 향유자의 경험을 기반으로 감성자극 요소를 적극 활용하는 능력이 필요하다는 문제의식에서 디지털만화의 특성을 감성자극에 초점을 맞추어 연구하고자 하였다. 만화는 감성중심의 문화상품으로 심리적인 유희가 만화를 보는 이유이다. 감성이란 시각·청각과 같은 감각기관을 통해 받아들여진 정보가 개인적인 경험과 기억에 기반 하여 인식과정을 통해 표출하는 것이라고 할 수 있다. 즉 감성은 감각기관을 통해 지각된 상황을 평가하고, 그 평가된 상황에 의해 신체변화를 동반하며, 곧 표현적 행동으로 나타나고, 특정 행동을 유발한다.

본 글은 정보기기와 인터넷을 통해 보는 디지털만화의 감성적 경험에 초점을 맞추어 향유자의 감성자극에 영향을 미치는 요소들을 개방형 설문을 통해 추출하였다. 이 요소들은 감성적 자극을 받는 과정을 중심으로 커뮤니케이션적 유형과 스토리집중형으로 유형화할 수 있었으며, 그 특징을 살펴보면 다음과 같다.

커뮤니케이션적 유형은 네트워크 기반의 디지털만화가 소통의 즐거움을 충족 시켜줌으로써 향유자에게 커뮤니케이션에 의해 감성을 자극한다. 만화로 인한 커뮤니케이션, 즉 댓글이나 작가후기, 평가글, 추천글에 의해 만화를 보게 되면서 스스로 자각 하지 못했던 정보를 알게 되는 경우이다. 이 경우는 이미 알고 있는 정보를 확인하면서 이전에 느끼지 못했던 감성을 자극 받게 된다. 또한 향유자의 의견을 만화에 직접 수용하여 만화를 창작하는 경우, 이를 알고 있는 향유자들과 더욱 긴밀한 소통을 한다. 그러니까 댓글의 내용을 알고 있는 향유자는 자신의 상호 텍스트적 지식으로 재미의 감성을 확대할 수 있게 되는 것이다. 뿐만 아니라 네트워크 기반에서의 만화작가는 향유자에 의해 탄생하는 현상이 나타났고, 표현 또한 전문성을 중시하기보다는 소통의 즐거움에 핵심을 둔다. 이에 따라 다양한 패러디물이나 새로운 장르를 탄생시키는 기반이 되기도 하였으며, 제한된 정보를 통해 의미를 파

악하는 데에서 오는 감성을 불러일으킨다.

스토리집중형은 만화를 보는 과정에서 선택과 제어를 통해 향유자를 텍스트 안으로 참여시킴으로써 몰입에서 오는 다양한 감성을 자극하며, 스크롤링을 통해 스스로 호기심을 만족시키며 긴장감을 유지시킨다. 이때 멀티미디어 즉, 소리·동영상 등과 같은 요소들은 작가적 상상력을 실현하여 의미를 생산해 냄으로써 감성적으로 매우 설득력 있게 향유자의 감성을 작가의 의도에 끌어들이는 것이다. 즉, 만화를 보는 과정에서 선택과 제어, 멀티미디어를 통해 의미전달과 관련하여 향유자에게 체험적인 감성을 자극하는 데에 효과적으로 사용되고 있다.

이와 같이 만화에 의한 커뮤니케이션은 향유자간 그리고 창작자와 향유자간의 소통에 의해 향유자의 감성에 영향을 미친다. 또한 선택과 제어를 통해 능동적으로 만화를 보는 태도는 멀티미디어 요소와 함께 만화의 창작단계에서 의미작용에 초점을 맞추어 활용되어 정보기기를 통한 체험적인 향유과정에서 작가와의 소통에 의해 감성적 자극을 받는다.

결론적으로 살펴보면 네트워크 기반의 정보기기의 특성에 의해 나타난 두 가지의 감성자극 유형은 각자의 단독적인 작용에 의해서가 아니라 매체기술이 촉매제의 역할을 하여 서로 유기적으로 연결되어 두 감성유형을 모두 즐기는 형태라고 정리할 수 있다. 다시 말해, 매체기술에 의해서 인쇄만화보다 더 다양한 감성자극을 받는 것이다.

그러나 창작과정에서 디지털기술을 사용할 수 있다는 수혜는 자칫 함정에 빠질 수 있다. 그것은 의미 없는 긴장감을 유발하거나 몰입을 방해하는 요소들을 삽입함으로써 더욱 허탈감과 실망감에 빠트릴 수 있다는 것이다. 함정에 빠지지 않기 위해서는 감성자극 요소들이 작가의 의도를 분명하게 전달하기 위한 목적이거나 스토리상의 어떤 의미를 생산해낸다는 것이 전제되어야만 한다.

디지털만화는 그림을 그리고 채색하는 시간과 기호와 문자를 입력하는 시간을 단축시켜 생산성을 향상시켰을 뿐만 아니라, 감성을 자극하여 향유감을 한층 높이는데 기여했다. 이러한 디지털 요소들은 생산 효율성을 넘어, 획일화된 틀로가 아니라 창작자의 작품의도를 전달하기 위한

수단으로 활용되고 향유자의 감성을 자극할 때 만화의 유희적 목적을 달성할 수 있다. 또한 만화의 생명인 상상력과 관련하여 더욱 새롭고 풍부한 만화 향유의 즐거움을 선사한다. 나아가 디지털 네트워크 환경에서 만화에 의한 문화현상은 시대적 감성을 반영한 새로운 만화장르의 탄생과 소통의 기반으로서의 위치를 확고하게 할 것이다.

본 연구는 특정 소수를 대상으로 디지털만화의 감성자극 요소를 추출하였다. 이는 본 논문의 한계로 일반화의 문제가 있으므로 보다 다양한 집단을 대상으로 더욱 세분화된 요소를 추출할 필요가 있다. 그리하여 더욱 구조화된 설문조사의 결과로 요인분석을 실시하여 유형화를 검증하는 후속연구가 필요하다.

References

- [1] S. Kim, "A Study on Webtoons in Ordinary Society," Hongik University, Jun. 2009.
- [2] Y. Choi, "A Study on cinematic techniques of webtoon direction," Pusan University, Aug. 2012.
- [3] Y. Kim, E. Koh, "An Analytic Study on Interaction for a Flow in Webtoons," Journal of Design Culture Society, Vol.15, No.4, pp.74-84, Dec. 2008.
- [4] B. Kim, N. Hong, "A Study about the convergence of comics and multimedia," Journal of Digital Contents Society, Vol.13, No.1, pp.119-127, Mar. 2012.
- [5] M. Kim, "What a flop cartoon it is! It only serves to scratch the loser's back!," Journal of Hankyoreh 21, No.805, Mar. 2010.
- [6] S. Kim, "The study of public humanities seen from the perspective of redundancy : Do you ever know what a flop is like?," Hipar, pp.108-109, Jun. 2011.
- [7] MCST, "Culture Technology R&D Master Plan," Korea Creative Contents Agency, 2009.
- [8] J. Back, "philosophy dictionary of korean 1 : What is culture?," Knowledge company, Jun. 2001.
- [9] Y. Koh, "Sociology dictionary," Society and culture lab, Oct. 2000.
- [10] J. Song, "The Analysis on laughter in the internet reply and the language activity education," Journal of Korean education research, Vol.42, pp.91-116, Feb. 2008.
- [11] McCloud Scott, N. Kim translation, "Reinventing Comics," Sigongsa, 2008
- [12] J. Sim, "The wisdom and zen of the East : Does the taoism stand against technical civilization?," Seogyesa, Sep. 1990
- [13] J. Lee, "Sensibility and culture and humanistic imagination," Journal of the Daedong philosophical association, Vol.53, pp.319-343, Dec. 2010.
- [14] J. Won, "Emotion and reason," Journal of Human study, Vol.1, No.1, pp.44-76, Feb. 2002.
- [15] S. Lee, "A Study on the Medium Characteristic and Storytelling of Web Comic," Journal of Studies on Korean, Vol.30, pp.237-762, Jun. 2009.
- [16] S. Lee, "Emotional technology trend surveys and the study of ways to combinat with contents industry," Journal of Sensibility Science, Dec. 2009.
- [17] H. Lim, "Concert of humanities(2) : Korean, Do design a imagination," Esoup, Sep. 2010.
- [18] George P. Landow, I.Kim translation, "Hypertext 3.0," communicationbooks, 2006.
- [19] Miller, Carolyn, S. Jeon supervision, "Digital storytelling," communicationbooks, 2006.
- [20] H. Kang, "The Competitive Power of Kangfull's Feature-Length Cartoon Storytelling," Korea Humanities Content Society, Vol.10, pp.235-261. Dec. 2007.
- [21] Dentsu Crossmedia Development Project Team, Phoenix Communications Inc, "Crosswitch", nanam 2009.

[22] Naver Doopedia

[23] Naver encyclopedia of knowledge

[24] Naver IT dictionary

[25] <http://movie.naver.com/movie/mzine.cstory.nhn?nid=1592>

[26] http://imgmovie.naver.com/design/preview/pic/20130104/web_imp_01/1_2_1.htm



김 보 현

2006년 : 세종대학교 대학원 (영상학 석사)

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

2010년~2012년: 세종대학교 만화·애니메이션학과 시간강사

2013년: 홍익대학교 게임학부 시간강사

2003년~현 재: 인덕대학교 만화·영상애니메이션학과 겸임교수

관심분야 : 애니메이션(Animation), 만화(Comics), 3D 게임그래픽(Comics), e-Book 등



홍 난 지

2008년 : 세종대학교 대학원 (예술학석사)

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

2008년~2012년 : 세종대학교 교양학부, 세종대학교 만화애니메이션학과, 청강대학교 만화창작과 시간강사

관심분야 : 웹툰(Webtoon), 만화(Comics), 애니메이션(Animation) 등