

웹툰 통계 분석을 통한 한국 웹툰의 특징

- I. 서론
 - II. 웹툰의 정의와 역사
 - III. 웹툰데이터 통계분석
 - IV. 결론
- 참고문헌
ABSTRACT

윤기현,정규하,최인수,최해솔¹⁾

초 록

본 연구는 부산대학교 연구팀이 2013년 12월부터 약 2개월간 한국만화영상원의 의뢰를 받아 2000년 초부터 2013년까지 원고료를 지급받고 공식매체에서 연재된 한국 웹툰을 전수 조사한 ‘한국 웹툰DB 및 흐름 정리 연구’ 자료를 토대로 통계 분석한 자료이다. 웹에 연재되는 만화를 의미하는 Webtoon은 전통적인 출판만화의 쇠퇴와 사회적 환경의 변화로 2000년대 이후 한국만화의 대표적 형식이자 주류 산업으로 발전해 왔으며, 현재 한국을 대표하는 문화콘텐츠로 불리고 있다. 본 조사연구는 웹툰이 시작된 2000년대 초부터 2014년 1월까지 총 13여 년간에 걸친 우리나라 웹툰 중에서 원고료를 받고 매체에 정식연재가 된 웹툰을 대상으로 수집, 정리되었다. 이 데이터를 토대로 작가, 작품의 수와 매체별 분포도, 장르와 연재 주기 등 전반적인 웹툰의 특성을 분석했다. 데이터 분석과 통계작업을 통해 살펴본 한국의 웹툰은 주요 포털의 연재 비중이 아직 높지만 서서히 플랫폼의 다변화가 진행되고 있으며, 작품의 연재 주기는 갈수록 짧아지는 경향을 보이고 있다. 장르적 특성으로는 드라마, 개그, 판타지, 액션 등의 만화의 전통적 인기장르는 여전히 견재하며 최근 사회적 트렌드에 맞게 역사물, 스포츠, 요리 등의 분야가 증가추세에 있다. 웹툰의 활용도 면으로는 릴레이 웹툰, 브랜드 웹툰과 같은 이벤트와 PPL 식 상업성을 표방한 새로운 형태의 웹툰도 등장하고 있다. 이와 같은 현상은 작가와 매체, 발주자의 공동이익이 실현되는 한편, 나아가 웹툰의 가능성을 다양하게 실험하는 시도라고 할 수 있다. 그리고 웹툰의 저변확대가 활발해 지면서 성인물의 증가세도 눈여겨 볼만 하다. 본 연구대상은 무료웹툰을 제외한 원고료를 받는 작품을 기준으로 했으나 온라인 사이트의 속성 상 폐쇄되거나 유실된 작가와 작품을 모두 수집하지 못한 한계를 갖고 있으며, 무료 웹툰을 총망라한 전수조사가 앞으로 필요하다 하겠다. 그럼에도 한국 웹툰을 최초로 정식매체와 작품, 작가, 장르를 분류 조사하고 이를 토대로 웹툰의 현재를 가늠해 보는 기초자료로서의 의미를 찾고자 한다. 이 연구를 바탕으로 후속 웹툰연구가 활성화되고 보완되는 자료들이 한국의 만화산업과 학문적인 자료로서 활용되길 기대한다.

주제어 : 한국웹툰, 통계분석, 웹툰의 특성

1) 주저자:윤기현, 공동저자:정규하,최인수,최해솔

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

1998년 IMF 외환위기 이후 한국 출판만화시장의 침체로 인한 만화산업구조의 변화, 초고속 인터넷 발전에 따른 매체환경의 이동 등으로 탄생한 웹툰(Webtoon)은 독특한 한국만의 만화장르로 자리 잡았다. 이제 웹툰은 PC에서 모바일에 이르기까지 언제 어디서나 쉽고 자유롭게 즐길 수 있는 콘텐츠로 자리 잡고 있다. 대중문화 콘텐츠 중에서 드물게 무료로 제공되는 한계점이 분명히 존재하지만, 역으로 오히려 그런 특수성으로 인해 수요층의 저변을 확대하고 양적성장을 이끌어 올 수 있었다.

만화시장의 대안으로 출발해 지금은 한국을 대표하는 만화장르로 자리 잡은 ‘웹툰’은 이제 만화산업 전체를 이끄는 대표적인 형식이자 매체가 되었다. 하지만 웹툰에 대한 통계와 분석은 간헐적이며 일부매체 중심으로만 진행되었을 뿐, 전수조사 또는 통시적으로 분석한 연구가 없었다. 본 조사연구는 한국웹툰에서 유료웹툰²⁾을 상대로 최초로 전수조사하고 분석한 연구이며, 나아가 웹툰 13년의 역사를 수치화하고 특징을 분석했다.

2. 연구방법

본 연구는 2013년 12월부터 약 2개월간 한국만화영상진흥원의 의뢰를 받아 부산대학교 연구팀이 ‘한국 웹툰DB 및 흐름 정리 연구’를 진행하고 다시 그로부터 2개월여 간 부산대 통계학과 연구진의 도움을 받아 데이터를 분석한 것이다.

1)조사 대상

먼저 연구팀은 현재 한국 인터넷 상에서 게재된 정식매체에서

2) 여기서 ‘유료웹툰’ 이라함은 유료로 결제하여 보는 웹툰이 아닌 작가가 원고료를 받고 정식 매체에서 연재하는 작품을 가리키며, 따라서 포털사이트에 게재된 무료웹툰, 또는 원고료를 받지 않고 게재하는 여타의 웹툰은 조사대상에서 제외되었음을 밝힌다.

원고료가 지급된 웹툰을 전수조사 하겠다는 의도로 2001년부터 2014년 1월 1일까지 온라인 전 매체를 중심으로 조사 분류를 시작했다. 이어 해당매체를 포털과 언론사, 그리고 통신사, 기타 웹진 등으로 분류하고 서비스가 중지되거나 사이트가 폐쇄된 웹진과 포털사이트들을 추가했다. 조사대상 분류와 해당매체는 아래와 같다.

포털사이트: 네이버/다음/네이트/야후/파란

통신사: 올레마켓 웹툰(KT)/T-store 웹툰(SKT)

언론사: 스포츠신문/경제지 외

전문 웹진: 레진, 만깁, 코믹타운

커뮤니티와 각종 기업, 기관의 웹툰은 제외했다. 가급적 웹툰이 정기적으로 연재되는 매체를 위주로 선정했으며, 언론사의 경우 웹툰을 게재하고 있는 매체는 대부분 조사했다. 조사 대상 언론사는 모두 19개사였다.

웹툰의 기본적 속성이 웹에 게시할 목적으로 그려진 만화이므로 스캔만화나 이미 기 출간된 출판만화의 재 연재, 일판만화 등 웹툰으로 볼 수 없는 것들은 대부분 대상에서 제외했다. 네이버와 다음의 베스트 도전, 나도 만화가 형태의 만화나 무료연재만화는 모두 대상에 넣지 않았다. 그리고 현재 서비스가 중지되거나 폐쇄된 사이트와 웹진(야후, 파란, 만깁, 코믹타운 등)은 최대한 데이터를 찾고 관계기관에 도움을 받았으나 웹의 속성 상 데이터가 완전 삭제된 경우는 전수조사가 이루어지지 못해 아쉬움을 준다. 또한, 연재중인 작품은 최종 회차 기준을 2014년 1월 1일로 정리하고 웹툰 총 회차에서 프롤로그, 후기, 특별편은 제외했다.

2)조사방법 및 분류 및 정리

조사방법은 웹에서의 연구진이 매체와 웹을 위주로 자체 수집해 이를 분류표에 정리했다. 또한 연구원들이 웹 책임자와 직접

연락하거나 매체 담당자, 에이전시, 그리고 한국만화영상원의 보유 데이터를 제공받아 자료를 보강했다. 그리고 현직 만화가들의 일부자문도 추가했다. 자료는 진행연도, 작품명(제목/부제목), 작가명(본명/필명, 글/그림), 연재기간, 완결여부, 총 회차, 장르, 스토리 요약, OSMU 현황, 연령등급, 연재 매체, 링크, 섬네일 이미지로 분류표에 넣고 최종파일은 엑셀로 정리했다. 사이트 폐쇄 등의 이유로 작품을 찾을 수 없는 경우는 데이터에 포함하지 않았다. 따라서 미입력 작품이 다수 존재할 가능성이 있으며, 이미지와 작품 내용정보, 연재기간을 찾을 수 없는 정보들은 해당 항목에 ‘정보부재’ 라는 표시를 했다.

3) 분석 데이터의 기본적인 한계

본 연구조사의 한계점으로 지적되는 것은 역시 짧은 연구기간 보다는 기본적으로 웹이 갖는 익명성과 데이터의 보존에 관한 문제이다. 사이트가 폐쇄된 포털 야후닷컴과 파란닷컴, 그리고 웹진 <만깍>과 <코믹타운>의 유실된 데이터를 모두 찾을 수 없어 전수조사가 완벽하게 이루어지지 않았다. 그리고 수집되지 않은 개인 홈페이지와 중소사이트의 데이터로 인해 전체 웹툰을 모두 망라한 자료라고 하기엔 부족함이 없지 않다.

II. 웹툰의 정의와 역사

1990년대 한국만화의 다양한 실험과 시장 외연의 확장은 새로운 중흥기라 해도 과언이 아닐 정도였다. 시중 만화잡지는 30여 종을 넘었고 국립 공주대학을 시작(1990)으로 각 대학에 만화관련 학과가 신설되었다. 하지만 안팎에서 옥죄는 굴레와 충격이 허약한 기반의 만화계에 전해졌다. 청소년보호법이 발효(1997)³⁾ 되었고 스포츠신문 만화에 대해 사정기관의 탄압(1997)이 있었다. 그리고 뒤이어 IMF 외환위기(1997)와 일본만화가 본격적으

3) 대한민국의 청소년 관련 법조항. 정보법이라고도 한다. 1997년, 미성년자 보호법을 대신해 제정되었다.

로 개방(1998)되면서 갓 부흥의 터전을 잡았던 한국만화는 경쟁력을 잃게 되었다. 게다가 만화를 단순히 빌려주는 대여점이 전국 곳곳에 등장해 더욱 만화계를 궁지로 몰았다. 빈사상태의 만화계에게 희망을 준 것은 역설적으로 정부였다. 김대중 정부는 정보화혁명의 기치아래 인터넷의 대중화를 선도해 ‘새로운 기회의 땅’ 웹을 선보였다. 당시 1994년 아시아 최초로 인터넷 상용 서비스를 시작한 이래 1999년 이용자 1000만 명을 돌파했고 2001년 2,000만 명을 돌파⁴⁾ 할 정도로 정보화의 저변이 확대되었다. 하지만 정부는 하드웨어와 인프라 확장에만 치중함으로써 소프트웨어와 콘텐츠가 절대적으로 부족하게 되었다.

만화는 웹 콘텐츠로서 가장 적합한 장르 중의 하나였다. 문호가 개방돼 더 이상 문하생으로 입문하거나 잡지데뷔로가 아니더라도 누구나 만화가가 될 수 있는 열린 공간이었다. 독자와의 실시간 소통도 가능해졌다. 한국에서 웹툰이 처음 뿌리내릴 조건이 갖추어진 것이다.

웹툰(Webtoon)이란 웹사이트의 ‘웹(Web)’ 과 ‘카툰(Cartoon)’의 합성어이다. ‘인터넷만화’, ‘온라인만화’, ‘디지털만화’, ‘모바일만화’ 등 기술적인 진화를 거치며 개념적으로 폭넓은 스펙트럼을 지니게 되었으며, 넓은 의미에서 인터넷 미디어를 통해 연재되는 만화 전체를 가리킨다.

웹툰이라는 용어가 세상에 처음 등장한 것은 2000년 초이다. 김효경(2013)은 “한국경제신문 2000년 7월 26일 자에 인터넷 방송국을 소개하면서 ‘인터넷 동영상 기술과 만화를 결합시킨 ‘웹툰’ 또는 ‘웹코믹스’ 라는 새로운 콘텐츠를 개척했다는 평가를 받고 있다” 라는 기사를 근거로 웹툰용어의 시작점이라고 제시⁵⁾했다. 하지만 2000년 웹툰용어가 등장한 것은 맞지만 당시 기사를 찾아보면, 웹 유행을 선도하던 플래시 애니메이션⁶⁾을 지

4) 정규하,윤기현(2009). 웹툰에 나타난 새로운 표현형식에 관한 연구, 만화에니메이션연구,Vol.- No.17,p.6
 5) 김효경(2013). 웹툰의 언어적 특성 및 교육적 활용 방안, 인하대 교육대학원 석사학위논문,p.9
 6) 애니비에스(www.Anibs.co.kr)는 인터넷 동영상 기술과 만화를 결합시킨 ‘웹

칭하는 것으로 보이며, 지금과 같은 ‘만화로서의 웹툰’ 을 지칭하는 정체성이 드러나는 용어는 2000년 8월 16일자 <한겨레신문>에 나온다. ‘당시 PC통신업체 천리안이 운영하던 사이트의 인터넷만화 이름이 웹툰이었다’ 라는 기사가 나온다. 박석환(2009)은 이것이 당시 잡지 <오즈>의 편집진들이 기획한 출판만화 스타일의 코너⁷⁾라고 확인했다.

만화는 웹진과 더불어 아마추어 작가들의 인터넷 데뷔가 붐을 이루기 시작했다. 따라서 일상을 다루거나 부드러운 에세이 류의 만화가 선을 보였다. <파페포포>시리즈와 <스노우 캣>, <마린블루루스> 등이 이 당시 인기를 끈 작품들이다. 이들 작품들은 유저들로 하여금 웹에서 만화의 가능성을 충분히 인식하게 해 주었으며, ‘카툰 에세이’란 용어를 낳기도 했다.

Ⅲ. 웹툰 데이터 통계분석

1. 매체별 빈도

매체별로 빈도수를 조사한 결과, 2001년부터 2014년 1월 현재까지 연재 작품 수는 13년간 총 1,928개로 나타났다. <표 1>은 전수조사 된 매체별 작품의 개수를 표로 나타낸 것이다. 조사결과를 보면 13년 동안 포털사이트들의 점유율이 높게 나타난다. 2003년 출발한 DAUM과 2005년 서비스를 시작한 NAVER의 전체 점유율은 48%로 과반수에 육박한다. 흥미로운 것은 언론사가 꾸준히 전체의 10% 내외를 책임지고 있다는 점이다. 언론매체들은 자사 홈페이지에 단골메뉴로 또는 접속 유입을 위한 미끼로서 만화를 활용하고 있으며, 한편으로는 오프라인 지면에 기연재된 작품을 온라인에 재연재하는 이점도 있어 웹툰을 선호하는 것으로 설

툰’ 과 ‘웹코믹스’ 를 선보였다. 만화 웹툰의 방송서비스와 만화관련 뉴스를 캐릭터가 진행하는 ‘애니뉴스’, 캐릭터들을 소개하는 ‘캐릭터 이너뷰’, 만화 캐릭터들을 이용한 웹게임, 채팅 등을 제공했다. 애니비에스가 개발, 제작한 작품은 200여 편 정도. 출처: 스포츠투데이 2000.9.28, 플래시 기법 이용 ‘애니메이션만화’ 인기

7) 박석환(2009). 웹툰 산업의 실태와 문제점, 디지털콘텐츠와 문화정책, Vol.-No.4, p.128

명될 수 있다.

2. 웹툰작품의 증가세

작품의 양적 성장변화는 매체의 연도별 빈도수로 파악할 수 있다. <그림 1>에 보면 연도별로 웹툰 작품 수는 2007년부터 증가하기 시작해 2009년에는 139개로 늘어나고 특히, 2010년부터 가파르게 상승하고 있다(정보부재 항목은 폐쇄된 사이트들로 연재 기준 연도를 알 수 없는 것들이다). 이 통계자료는 시작 연도별로 조사된 결과를 분석한 것이므로 당해 연도별 작품의 개수는 반영되지 않지만 매체의 전체 총량은 같다.

2010년 이후 웹툰의 신작 발표 수는 전체 62.2%를 차지하고 있고 2010년대 이후 전체 웹툰의 수가 급격하게 늘어났음을 알 수 있다. 주목할 만한 시기는 2013년(별도의 색 표시 부분)이다. 전년도에 비해 무려 92%나 신작 발표가 증가했다,

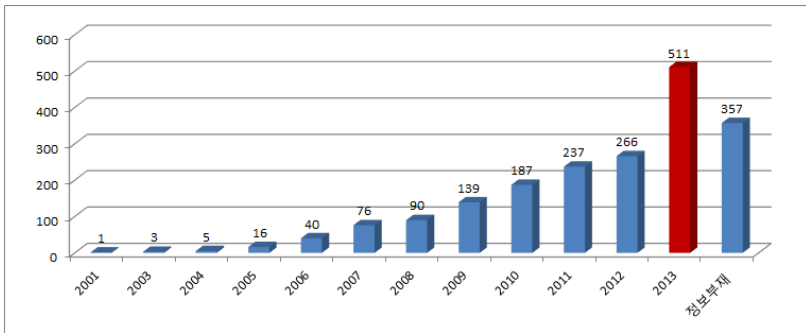


그림 1. 연도별 연재작품 개수

매체 분류	매체명	작품 개수	매체 분류	매체명	작품 개수	
포털	네이버	455	언론사	뉴스스	3	
	다음	429		머니투데이	39	
	네이트	97		스포츠 경향	12	
	야후	91		스포츠 동아	3	
	파란	59		스포츠 서울	4	
	소계	1,131		스포츠 월드	6	
통신사	SK_Tstore	70		스포츠 조선	4	
	KT_올레마켓	41		스포츠 투데이	30	
	소계	111		스포츠한국	3	
웹진	레진	114		씨네21	3	
	만깍	28		엑스포즈뉴스	8	
	코믹타운	210		오마이뉴스	2	
	소계					
기타	카카오톡 웹툰	43		이데일리	39	
	카카오페이지	59		포커스	13	
	소계	352				
언론사	한겨레 홀	6		소계	232	
	한국경제/한국경제TV	33				
	한국아이닷컴	12				
	헤럴드경제	12				
합계						1,928

표 1. 매체별 작품 수 8)

2013년의 변화는 역시 웹진의 힘이 크다. 2012년과 2013년 3대 포털과 언론사는 198개와 251개로 53개(21%) 증가했다. 하지만 2013년 6월 새롭게 서비스를 시작한 <레진>이 114개의 웹툰을 발표함으로써 전체 웹툰 판도에 변화의 바람을 일으켰다. 결국 2013년은 13년간의 전체 웹툰 작품 수에서 무려 4분의 1에 달하는 물량이 쏟아져 나온 시기인 것이다. 그 외에도 <카카오페이

8) 서비스 종료 사이트: <야후>(1997.9.1.-2012.12.31)/<파란>(2004.7.17.-2012.7.31)/<만깍>(2007.1-2008.1)/<코믹타운>(2007.1-2008.1)

지> 등을 필두로 새로운 플랫폼들이 증가하는 추세가 반영된 결과로 보인다. 앞으로 이와 같은 증가세는 지속될 것이다. 네이버와 다음은 연재 작품 수를 놓고 보면 큰 차이가 없고 네이트도 꾸준하게 웹툰을 늘려가고 있다.

3. 작가 당 평균 연재 기간

웹툰의 연재기간은 천차만별이다. 짧은 웹툰은 단편으로 4,5회 연재되기도 하고 장편은 몇 년에 걸쳐 연재되기도 한다. 전체 웹툰 즉, 2001년부터의 전체 웹툰을 대상으로 한 평균 연재 기간은 111주(777일)로 조사되었다.

2001년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
608	230	34	55	94	97	69
2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	정보 부재	평균
52	54	53	47	20	26	111

표 2. 연재주기 평균 (단위 : 주)

그러나 2001년 비타민작가의 <멜랑꼴리>의 연재기간은 608주로 개인 1명이 기록한 최장연재 기록이고 나머지 2003년의 <페이지 1>, <순정만화>, <헌스 다이어리> 세 개의 작품도 연재기간 합이 230주로 보통의 다른 해 보다 많게는 3~10배 이상 차이가 나므로 보다 정확한 평균치에 근접한 수치를 만들기 위해 이들 작품을 제외하고 2004년부터 2013년까지 평균을 다시 산출했다. 2004년부터 2014년 1월 1일 기준으로 총 1,924개의 작품에 대한 평균값은 54주로 일수로 환원하면 378일, 대략 1년 정도의 연재주기이다. 대략 이 정도의 연재기간을 매체들이 선호하는 것으로 파악된다.(그림 2)

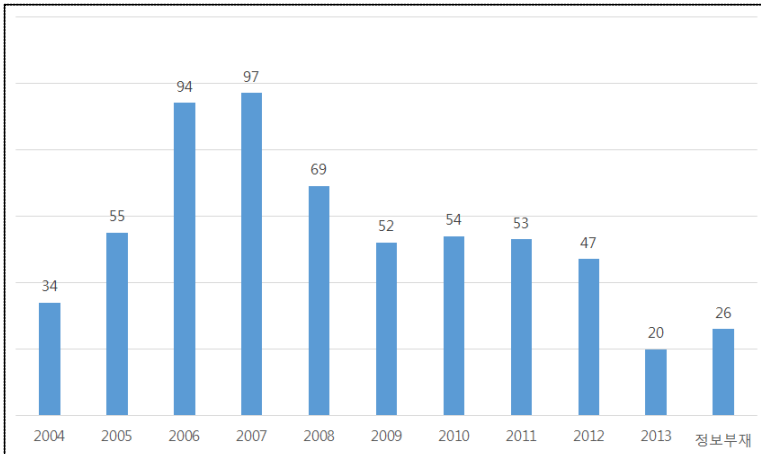


그림 2. 연도별 연재주기 평균(단위: 주)

<그림 2>에서 보듯 2009년부터 확실히 주기가 짧아지고 있다. 각 매체들이 많은 작가를 순환시켜 연재하는 경향성도 엿볼 수 있고 일부 주 2,3회 이상 게재되는 연재 작품의 경우를 감안해도 확실하게 연재기간은 짧아지고 있다. 2013년 최근의 경우, 2008년까지의 70~100주 단위와 비교하면 고작 28주에 그치고 있다. 200일 내에 작품을 마무리 짓고 있는 것이다.

4) 글, 그림 작가 수와 평균작품 수

전체 웹툰의 그림 작가는 1,247명, 글 작가는 1,274명으로 조사되었다. 이는 글과 그림을 동시에 그리는 작가의 중복을 감안해도 최소 1,200여명이 넘는 작가가 정식매체에서 원고료를 받고 연재했다는 뜻이다. 전체 작품 개수를 작가로 나누어 평균을 내 보면 작가 당 1.7개의 작품이 나온다. 2개 이상의 작품을 한 만화가는 355명으로 전체의 28.4%, 글 작가는 370명으로 29%였다. 물론, 릴레이 웹툰과 특별기획 만화(브랜드 웹툰이나 기타 캠페인 및 이벤트 만화)를 포함한 숫자이기 때문에 정식 작품 연재의 수치라고 단언할 수는 없다.

그림 작가와 글 작가로 나누어 상위 7개 이상의 작품을 연재한

상위랭크 작가를 살펴보면, 7개 이상의 작품을 연재한 그림 작가는 29명이며, 글 작가는 32명이다. 이중에서 글과 그림을 합해 가장 많은 작품을 연재한 작가는 Hun작가(13개)⁹⁾이며, 그림 작가 중에서 가장 많은 작품을 한 작가는 비타민(이기호)작가로 13개¹⁰⁾의 작품이다. 비타민 작가는 작품의 양과 연재기간에서 최고 수위를 달리는 작가이다. 그가 <스포츠 투데이>에 장기간 연재하고 있는 <멜랑콜리>작품은 2004년 1월 1일 시점으로 4,200여 회를 넘어섰다. 신문 지면과 동시에 연재되고 온라인 연재 회차에는 기 연재작을 다시 게재하는 ‘베스트’ 연재도 있어 정확한 연재 횟수를 적시하기 힘들지만, 현재 온라인 매체에서 최고 연재기간 기록을 보유하고 있는 것은 사실이다.

강풀, 장광일 작가는 양적으로는 12개로 가장 높은 수위를 차지하고 있고 두 작가 모두 글과 그림을 본인이 창작한 케이스이다. 강풀작가는 한국 웹툰을 대표하는 작가로 릴레이 웹툰을 제외하면 작품은 모두 11개이며, 장광일 작가도 중복연재를 제외하면 모두 11개의 작품을 연재했다. 주로 <카카오 페이지>에 연재하고 있고 성인만화가 대부분을 차지하고 있다.

글 그림작가 분리비율을 조사해 보면 분리비율은 전체 1,096명(중복 작가, 미확인 작가 제외) 중 글과 그림을 따로 그린 작가는 11%(208명/201작품)이며, 동시에 창작하는 작가(888명/1,675작품)는 89%를 차지하고 있다. 9할의 작가가 글 그림을 모두 소화하고 있어 대부분 글작가를 따로 두지 않는다는 것으로 이해된다.

5) 웹툰의 장르

웹툰 장르의 구분은 아직 각 매체마다, 또는 평론가들마저도 서로 분류가 다르다. 일본도 예외가 아니다. 따라서 혼재되어 있는 장르를 분류해야 통계가 나오기 때문에 연구진은 대략 다음과

9) Hun(최종훈)작가는 글과 그림을 합해 모두 13개의 작품에 참여했으며, 이중 본인이 글과 그림을 본인이 직접 창작한 것은 모두 8개 작품이다.

10) 하지만 비타민 작가의 경우, 여러 매체에 중복 연재된 작품을 빼면 11개로 줄어든다.

같은 기준에 의해 장르를 구분했다. 액션 판타지처럼 모호한 경우는 액션으로 묶고 순정만화(여성향 만화)도 분류기준 장르에 넣었다.

-내용상의 분류: 개그/드라마/러브코미디/일상/에피소드/무협
역사/학원/판타지/로맨스/스릴러/스포츠/SF
학원

-특수 장르: BL, 백합물¹¹⁾

-기타: 리메이크, 애니메이션

-내용과 형식의 분류: 릴레이웹툰, 브랜드웹툰, 유니버스

전체 빈도 분포 결과를 보면 다음과 같다.

드라마	개그	판타지	카툰	스릴러	브랜드 웹툰	일상	로맨스	성인
478	349	245	129	108	77	75	63	28
스포츠	액션	학원	무협	성인	역사	SF	교양	유니버스
63	51	50	34	28	21	21	21	19
에세이 툰	정보 없음	에피 소드	여행	릴레이 웹툰	요리	단편	BL, 백 합	탐정
17	16	14	10	10	7	6	5	2
기획 만화	러브 코미디	기타	리메 이크	음악	애니 메이션	합계		
2	2	2	1	1	1	1928		

표 3. 장르 빈도

웹툰 장르 중에 가장 흔한 장르는 드라마로 478개이다. 이어 개그(349), 판타지(245) 순이다. 드라마가 전체의 1/4 가량을 차지하는 것은 당연하지만 ‘드라마’라는 장르의 개념 자체는 다소 모호한 경계라고 할 수 있다. ‘극적 사건이나 상황, 그리고 서사’의 개념으로 정의할 수 있는데, 판타지, 스포츠, 액션도

11) BL물은 Boyslove의 줄임말로 남자들의 동성 간의 애정물을 뜻하며, 백합물은 대체로 여성간의 애정물을 의미한다.

따지고 보면 모두 드라마이며, 특별하게 도드라지는 분야에 속하지 않는 경우 대부분의 편집자나 작가들이 드라마로 분류하는 경향이 강하다. 따라서 ‘일반 스토리웹툰(만화)’라고 하는 편이 이해하기 쉬울지도 모른다.

카툰이 네 번째로 많이 나왔지만, 전체 장르에서 6.7% 정도로 큰 비중을 차지하고 있지는 않다. 또한 3대 포털에서도 두 칸 만화는 있지만 카툰(한 칸 만화 위주)은 거의 없다. 그나마도 이 정도의 수치가 나온 이유는 이미 폐쇄된 웹진 <코믹타운>이 당시 의욕적으로 카툰을 게재했기 때문으로 보인다(작품의 대부분인 129개 모두 코믹타운 게재 작품이다). 따라서 카툰 수치는 크게 의미 있는 숫자라고 보기 어렵다.

개그장르는 웹툰이 가볍게 소비되는 특성을 감안하면 비교적 꾸준히 고르게 애호되는 장르이다. 더불어 판타지, 스틸러 장르도 웹툰 뿐 아니라 기존 출판만화에서도 애용되던 인기 장르이다. 그 외 주목할 분야라면 역사물, 스포츠물의 증가세이다. 역사, 전통문화의 스토리텔링화 추세, 인문학 소재의 인기, 여가문화의 발전으로 인한 레저, 스포츠에 대한 관심 증대 등이 그 이유로 꼽을 만하다.

전체 5%를 점유하는 성인물은 꾸준히 증가하고 있다. 웹툰은 초기 에세이툰을 비롯해 청소년 등 전 연령층을 아우르는 연령대의 작품을 선보여 한정된 타깃으로서의 성인물로서는 제한적이었다. 그러나 성인 독자층이 폭 넓게 존재하는데다 수요가 늘고 있어 현재 각 매체들은 성인물 게재를 늘리고 있다. 유료웹진을 중심으로 성인물 작품이 늘어났고 일반 웹툰 플랫폼도 성인물을 늘려 가는 추세를 반영하고 있다. 표면적으로는 방송통신심의위원회 등의 심의 등 해소해야 할 규제나 제약은 여전하지만 표현의 자유에 관한 사회적 인식이 높아졌고, 적극적인 유료 결제를 하는 독자층이 늘어나는 등 성인물에 대한 수요는 계속 늘어날 것으로 보인다.

6) 웹툰의 확장성-릴레이 웹툰과 브랜드 웹툰

장르구분에서 브랜드 웹툰은 77개로 적지 않은 숫자이다. 브랜드 웹툰은 특정기관이나 업체가 자사의 정책이나 상품을 웹툰을 통해 홍보, 광고하고자 매체에 일반웹툰의 형식을 빌어 연재하는 웹툰을 말한다. 예를 들어 모기업이 자사 신제품을 런칭하고자 할 때, 다수의 유저들이 쉽게 즐기는 웹툰으로 만들면 인지도나 호감도를 높일 수 있다는 점이 매력적이다. 매체와 발주처의 웹툰 활용, 그리고 작가들의 부가 수익원으로서 역할 등 공동의 이해관계가 맞아 떨어지는 경우로 최근 몇 년 사이 급격하게 증가했다. 전체 작품 수는 80개이며, 대부분 네이버에서 게재되었고 다음, 네이버, 언론사 등에서 일부 게재되었다. 전체 웹툰시장에서 4%를 차지하고 있지만 매우 의미 있는 숫자이다. 웹툰에 대한 사회적 환경이 긍정적으로 변하고 있고 더구나 발주처가 일반 대기업 외에 공공기관, 지자체, 외국대사관과 같은 기관들로 확장되고 있는 점이 이와 같은 현상을 증명하고 있다.

게릴라처럼 특정사안에 기민하게 대응하는 ‘릴레이 웹툰’은 동시대의 이슈를 담아낼 수 있는 만화의 장점과 신속한 전파력을 발휘할 수 있는, 웹의 속성이 잘 조화된 히트상품이라 할만하다. 브랜드 웹툰도 릴레이 형식을 애용하지만, 릴레이 웹툰으로 따로 구분하는 이유는 브랜드 웹툰과 달리 상업성이 없다는 것이다. 특별한 이슈나 이벤트가 있을 때 매체나 웹툰 작가들이 주제에 맞게 연재하는 형식이다. 작가당 한 회 분량이 이어지며 자발성과 기획력이 관건이라 할 것이다. 대표적인 릴레이 웹툰으로는 다수의 작가가 참여했던 2009년의 <고 노무현대통령 추모웹툰>이 있다.

IV. 결론

연구 자료로 살펴 본 한국의 웹툰은 지난 13년, 혹은 최초의 웹툰까지 감안하면 15년 정도의 기간 동안 눈부시게 질적, 양적으로 성장했다. 웹툰 작가들의 규모와 산업규모도 커지고 있으

며, 장르도 초기 에세이툰이 주류였던 것에 비하면 지금은 일본 만화와 비교해서도 장르적 다양성과 형식적 실험 면에서도 크게 뒤지지 않는다. 어느새 한국만화계의 주류로 자리 잡았으며, 앞으로는 한국의 대표 문화콘텐츠로서의 위상은 당분간 지속될 것이다.

그러나 웹툰은 태생적으로 무료콘텐츠라는 속성이 발전의 가장 큰 걸림돌이다. 2014년 1월 기준, 원고료를 받거나 결제가 유료인 작품이 전체 인터넷 상 총량에서 차지하는 비율이 10% 미만인데다 이로 인한 작가들의 기본 생활보장 등 처우 문제는 고질적인 문제점이다. 또한 출판만화와 다르게 디지털 프로그램을 이용, 컬러링까지 모두 개인이 부담하고 일주일 1회 정도의 연재를 감내해야 하는 작가들의 과도한 작업량도 근로환경 개선 측면에서 고민해야 한다. 그리고 보다 중요한 것은 창작과 표현의 자유가 보장되는 사회적 환경이 웹툰 활성화의 전제조건이라 할 것이다.

최근 들어 포털사이트 위주의 쏠림현상은 차츰 완화되고 있으며, 앞으로 유료플랫폼의 성쇠여부를 비롯한 웹툰시장의 투자와 시장개척 등에 따라 웹툰 판도는 요동 칠 것이다. 웹툰의 정체성은 ‘누구나 쉽게 접근하는 용이성’에 있다. 그래서 더더욱 미래의 변화의 방향과 속도, 재편과정을 짐치기 어렵다. 중요한 것은 한국의 웹툰은 한국만화를 발전시켜 왔고 앞으로도 그 역할은 줄어들지 않으리라는 것이다.

참고문헌

- 김효경(2013). 웹툰의 언어적 특성 및 교육적 활용 방안, 인하대 교육대학원 석사학위논문, p.9
- 박석환(2009). 웹툰산업의 실태와 문제점, 디지털콘텐츠와 문화정책, Vol.-No.4, p.128
- 정규하, 윤기현(2009). 웹툰에 나타난 새로운 표현형식에 관한 연구, 만화 애니메이션연구, Vol.- No.17, p.6

NAVER, www.naver.com, 네이버 웹툰, 2014.01.01.

DAUM, daum.net, 만화 속 세상, 2014.01.01.

만화규장각, kcomics.net, 2014.01.01.

그 외 각 언론사, 웹진, 통신사 웹툰페이지, SNS만화 사이트 참조.

ABSTRACT

Features of Korean Webtoons through the Statistical Analysis

Yoon, Ki-Heon · Jung, Kiu-Ha · Choi, In-Soo · Choi, Hae-Sol

This study that had been conducted two months by a research team of Pusan National University at the request of Korea Manwha Contents Agency in Dec. 2013 is about the statistical analysis on 'Korean Webtoon DB and its Flow Report' which resulted from the complete survey of Korean webtoons which had been published with payment in official media from early 2000 to 2013. Webtoon which means the cartoons published on web has become a typical type of Korean cartoons and has developed into a main industry since 2000s when traditional published cartoons had declined and social environments had changed. Today, it represents cultural contents in Korea. This study collected the webtoons officially published in media with payment, among Korean webtoons having been published from the early 2000s to Jan. Based on the collected data, it analyzed the general characteristics of webtoons, including cartoonists, the number of cartoons, distribution chart of each media, genre, and publication cycle. According to the data analysis and statistics, a great deal of Korean webtoons are still published in main portal websites, but their platform is being diversified and a webtoon's publication cycle tends to be shortened. In terms of genre, traditional popular genres, such as drama, comic, fantasy, and action, are still popular, and the genres of history, sports, and food are on the rise along with a social trend. Regarding webtoon application, such events as relay webtoon and brand webtoon, and a new type of webtoon featuring PPL commercialism appear. Such phenomena can realize the common profits of cartoonists, media, and ordering bodies, and are various trials to test the possibility of webtoons. In addition, what needs to pay attention on in the expansion of webtoons is increasing webtoons for adults. The study subjects are the webtoons published with payment, excluding free webtoons. However, this study failed to collect the webtoons published on the online websites already closed, and the lost information on cartoonists and their lost webtoons, and it is necessary to conduct a complete survey on all webtoons including free ones. Despite the limitations, this study is meaningful in the points that it categorized and

analyzed Korean webtoons according to official media, webtoons, cartoonists, and genres and that it provided a fundamental material to understand the current conditions of webtoons. It is expected that this study will be able to contribute to activating more research on webtoons and producing more supplementary data which will be used for the Korean cartoon industry and academia.

Key Word : Korea Webtoon, statistical analysis, Feature of Webtoon

윤기현

부산대학교 디자인학과 애니메이션 전공 교수
(100-250) 부산시 금정구 장전동 3
Tel : 051-510-2938
toon@pusan.ac.kr

정규하

부산대학교 대학원 디자인학과 박사과정
(100-250) 부산시 금정구 장전동 3
Tel : 051-510-1736
jjkh76@hanmail.net

최인수

부산대학교 대학원 디자인학과 박사과정
(100-250) 부산시 금정구 장전동 3
Tel : 051-510-1736
sisacartoon@naver.com

최해솔

부산대학교 대학원 디자인학과 석사과정
(100-250) 부산시 금정구 장전동 3
Tel : 051-510-1736
gothf86@naver.com

논문투고일 : 2015.01.28.

심사종료일 : 2015.02.28.

게재확정일 : 2015.03.04.