



도서관

통권 제 **389** 호

2015

ISSUE

만화, 21세기 문화의 중심에 서다



국립중앙도서관
NATIONAL LIBRARY OF KOREA



I ISSUE 만화, 21세기 문화의 중심에 서다

총론 : 도서관과 만화의 콜라보레이션, 스마트 시대에 진화하는 도서관! | 006

한창완 세종대학교 만화애니메이션 교수

만화, 식민지 조선인의 새로운 독서물로 부상하다 | 017

서은영 고려대학교 국문학 박사

현대(1945~1988) 잡지를 통해 본 만화 : 잡지와 만화, 그리고 만화잡지 | 031

김성훈 재담미디어 부장

90년대 만화의 문화산업화 : '코믹스' 방식의 흥망 | 047

김낙호 위스콘신대 언론학 박사

한국만화 생태계의 형성과 변화 | 059

박인하 청강문화산업대학교 만화콘텐츠스쿨 교수

한국형 디지털만화 웹툰의 등장과 세계 전략 | 071

박석환 한국영상대학교 만화콘텐츠과 교수

II 2015년 기획대담

진화하는 만화콘텐츠 소비문화에 대한 오프라인 플랫폼으로서 도서관의
기능과 역할 | 088

사회: 한창완 세종대학교 만화애니메이션 교수

패널: 이용훈 서울도서관 관장, 김봉석 에이코믹스 편집장, 백수진 한국만화영상진흥원 과장

III 주요만화 매체해설

IV 2015년도 연구현황

도서관정책기획단 | 120

국립중앙도서관 | 120

국립어린이청소년도서관 | 122

국립장애인도서관 | 122

국립세종도서관 | 123

ISSUE “만화, 21세기 문화의 중심에 서다”

- 01 _ 총론 : 도서관과 만화의 콜라보레이션, 스마트 시대에 진화하는 도서관 · 006
- 02 _ 만화, 식민지 조선인의 새로운 독서물로 부상하다 · 017
- 03 _ 현대(1945~1988) 잡지를 통해 본 만화 : 잡지와 만화, 그리고 만화잡지 · 031
- 04 _ 90년대 만화의 문화산업화 : ‘코믹스’ 방식의 흥망 · 047
- 05 _ 한국만화 생태계의 형성과 변화 · 059
- 06 _ 한국형 디지털만화 웹툰의 등장과 세계 전략 · 071

총론: 도서관과 만화의 콜라보레이션,

스마트 시대에 진화하는 도서관!

한창완

세종대학교 만화애니메이션학과 교수

01

만화라는 도서에 적응하는 도서관의 딜레마

‘도서관에서 만화를 본다’는 것은 ‘만화를 보면서 공부한다’라는 명제보다도 더 익숙하지 않았던 것이 우리의 상식이었다. 실제 그동안 국립중앙도서관에서는 만화를 대출하지 않았으며, 도서관에 직접 와서 볼 수도 없었고, 가장 기초적인 수서 기능과 보존 기능만을 유지했다. 하지만 2015년부터 국립중앙박물관에서 만화 대출 서비스를 실시하면서 대중적인 만화의 인기만큼이나, 만화의 사회적 인식과 가치가 진일보되기 시작한다.

도서관에서 만화를 수서하는 것은 도서관에서 추구하는 가치와 만화가 지닌 사회적 인식 및 특징 등을 전제로 할 때 당연하다는 긍정적 평가와 여러 가지 문제점을 내재할 수 있다는 부정적 인식도 제기되는 것이 사실이다. 도서관은 다양한 지식을 보유하고 이용자로 하여금 공간의 공익적 효용성을 높여주어야 한다. 때문에 교육적 효과가 높거나 학술적 가치를 지니는 콘텐츠를 우선 선정하여야 한다. 또 이용자의 요구에 부합하여 학습적 욕구를 충족시켜주어야 한다. 이러한 상황에서 만화는 이용자들이 갖는 집중성(중독성이 포함된)과 제한성이 강하고 교육적으로 큰 도움을 주지 못한다는 고정관념이 앞서기 때문에 수서에 대해 고민하게 만든다. 또, 시리즈로 계속 출간되어 쉽게 완간되지 않은 콘텐츠에 대해 장기간 추적관리가 쉽지 않다는 문제도 있다. 그러나, 도서관은 다양한 자료를 수집하고 보존하며 이용 가능하도록 해야 한다는 공익적 관점에서 볼 때 다양성과 복합성의 확보를 위해서라도 만화 수서의 중요성은 한층 더 강화되어야 한다.

만화의 다양한 사회적 기능과 산업적 확대가능성은 도서관이 추구하는 가치에 부합하며 이해관계를 일치시킨다. 하지만 ‘학습만화’라는 타이틀을 내세우지 않은 만화

는 여전히 사회에서 공부를 방해하는 매체로 인식되고 있다. 때문에 도서관의 이용을 적극적으로 권장하는 부모들은 만화의 대출에 대해 민원을 제기하기도 한다. 이는 도서관을 중심으로 만화의 ‘교육적 가치’를 어떻게 찾을 것인가 하는 고민을 수반한다.

결국 만화는 도서관 이용자로 하여금 집중도를 높일 수 있는 콘텐츠이지만 너무 다양하고 복잡할 뿐만 아니라, 재미를 기반으로 몰입효과가 크기 때문에 오히려 도서관에서 수서하기 어려운 콘텐츠가 되었다. 하지만 2014년 5월 국립중앙도서관이 ‘웹툰’이라는 문화행사를 진행했는가 하면, ‘한국만화도서관’과 같은 만화 전문 도서관이 설립되고, 지역 도서관이 만화 수서를 확대하는 등의 크고 작은 행보를 통해 도서관에서도 만화를 주요한 정보 자원으로 인정하려는 움직임이 현실화 되고 있다. 또한 검색기술과 데이터베이스의 발전으로 도서관에 직접가지 않더라도 전문정보를 얻을 수 있게 됨에 따라 도서관의 실제 이용이 감소하고 있는 상황에서 만화는 이용자를 도서관으로 유입시킬 수 있는 기능적인 콘텐츠로도 평가되고 있다. 이 역시 그동안 도서관에서 만화 수서에 제한을 두었던 단점을 장점으로 바꾸어 활용하려는 의지로 평가된다.

도서관에서 수서는 이용자에게 자료를 제공하는 출발점으로 마라톤과 같은 장기 레이스로 평가된다. 때문에 수서가 무엇보다 신중해야 하는 점은 부인할 수 없다. 학교 도서관의 경우 만화는 흥미를 유발하고, 다른 장르로 관심을 확대 시킬 수 있다는 점에서 훌륭한 콘텐츠로 평가받는다. 그러나, 반면에 만화 장서를 다루는 이용자들의 태도는 여전히 낮은 수준을 보여주기 때문에 선뜻 수서를 제안하기 어려운 상황인 것도 사실이다. 이러한 우려는 학교 도서관 뿐만 아니라 지역 도서관에서도 만화도서의 심한 파손 및 내구성 약화를 문제로 내세우며 대출과 만화 수서에 엄격한 기준을 제시해야 하는 현실적 한계도 수반한다.

이렇듯, 도서관이 만화 수서에 대해 고민하는 것은 도서관도 사회의 변화와 요구에 맞추어야 하는 공공영역이기 때문이다. 도서관은 우리 사회에서 생산되는 모든 지적 생산물 가운데서 현재의 요구 뿐만 아니라 장래의 필요를 고려해서 수서하고 제공해야 한다. 이러한 관점에서 만화는 콘텐츠 시장의 지향점을 제시하고, 다양한 응용력을 선보이며 진화하는 모습을 보여주고 있기 때문에 미래지향적인 도서관의 모습으로는 반드시 필요한 분야이다. 하지만 여전히 만화에 대한 사회적 인식과 낮은 문화적 위상은 만화수서에 대한 태도를 소극적이게 만들며 도서관의 역할에 대해 고민하게 만들고 있다.

변화하는 만화의 문화적 위상과 산업적 비전

만화 형식의 시작은 영국에서 익명의 목판화로 제작한 전단지 형태로 보고 있다. 이는 글과

그림을 통해 커뮤니케이션이 가능하도록 표현된 것으로 인쇄술이 발달함에 따라 대량으로 생산되고 유통되었다. 이러한 형태는 1800년대 중반, 책을 만드는 기술이 획기적으로 개선됨에 따라 현재 만화잡지로 구분되는 형식의 생산이 가능하게 되었다. 만화 잡지의 대중화는 정치적 캐리커처를 주된 내용으로 하면서 그림 인쇄 품질이 혁신적으로 개선되었기 때문이다.

한편 미국에서는 신문연재만화를 통해 만화가 확대되었으며, 인기 있는 신문연재 만화를 따로 모아 만화책의 형태로 출간함에 따라 오랫동안 전통적인 만화 산업에 중심이 되었던 출판만화의 형식을 완성시켰다. 또한 신문연재 만화와 만화책은 만화책 산업이 폭발적으로 성장할 수 있는 토대를 마련하였다.

국내 역시 이러한 만화 잡지와 만화책의 독서문화가 정착되는 가운데 만화방에 납품되는 조악한 질의 책과 불법복제의 잡지 등이 발간되었고, 만화에 대한 의식수준은 점차 낮아졌다. 게다가 IMF로 인해 생겨난 만화 대여의 문화는 만화를 저급문화로 전락시켰다. 하지만 디지털 콘텐츠 시대가 도래 하면서 ‘웹툰’이라는 차별적인 인터넷 콘텐츠 서비스가 시작되었고, 독특한 한국의 만화문화로 성장하고 있다.

현재 국내 만화산업은 웹툰의 생산과 유통 소비에 집중되어 있다. 웹툰은 만화의 다양성을 증가시키고, 새롭고 창의적인 콘텐츠로 인정받고 있다. 또한 웹툰이 영화나 웹 드라마로 제작되는 것이 당연시 되면서 시장의 테스트베드 역할과 원작 콘텐츠로서의 부가가치에 사회적 관심과 투자가 집중되고 있다. 웹툰은 콘텐츠의 소비자가 생산에도 적극적으로 참여하는 독특한 생태계를 지니게 되면서 우리의 삶 깊숙이 관여하며 대중성을 확보하였다.

국내에서 웹툰이 서비스되기 시작할 당시에는 무료로 제공되었기 때문에 만화책의 불법복제와 대여 문화의 형태로 인해 문화적으로 낮은 만화의 위상에 더욱 연속적인 악영향을 끼칠 것이라는 우려의 목소리가 높았다. 하지만 웹툰이 정착되어 차별화된 콘텐츠로 성장하고, 중장년층으로의 독자층 확대와 유료 서비스 모델이 실제 시장성을 확보하고, 수익모형을 기반으로 하는 다양한 플랫폼이 시장에 진입하면서 오랫동안 이어져 온 우려를 잠재웠다. 더욱이 2014년 만화를 원작으로 제작한 드라마 <미생>의 성공은 그동안 만화를 원작으로 한 콘텐츠가 큰 성과를 내지 못했던 상황에서 웹툰에 대한 주목도를 더욱 높였다. 뿐만 아니라 무료로 제공하며 연재가 끝난 작품을 다시보기로 보는 유료전환 시스템에서 수익을 창출하며 만화의 유료전환 성공사례가 제시되고 있다.

만화는 타 장르로 원작이 전환되어 연계 제작되는 것 외에도, 명품 브랜드와의 콜라보레이션, 만화가의 일러스트 라이선싱과 같이 산업적인 모델로도 확대되고 있다. 이는 만화의 문화적 위상이 다양한 프로젝트 성과에 영향을 받아 명품 브랜드와 같이 격상되고 있기 때문이다. 또한 만화를 원작으로 한 다양한 콘텐츠의 성공이 만화를 관리하는 전문 에이전시의 사회적 기능을 검증하게 되었고, 만화의 산업적 영역을 더욱 확장시키고 있다.

게다가 미국이나 유럽의 만화가 그래픽 노블로 성장함에 따라 만화 자체의 변화를 꾀하고 있다. 그래픽 노블은 전통적인 만화와 차별화하기 위해 탄생한 만화 장르로, 소설이라 불릴 만큼 탄탄한 스토리 구조를 갖고 있으면서 작가의 개성이 담긴 완성도 높은 이미지를 추구하는 콘텐츠이다. 최근 그래픽 노블은 할리우드 영화제작 시스템과 연계하여 탄탄한 스토리를 가진 영화로 제작되고, 대부분 흥행에 성공하면서 원작 만화를 재조명하게 하였다. 이러한 점은 만화가 가진 콘텐츠 확장성을 넓히면서 부가가치를 창출함에 따라 만화의 산업적 비전을 더욱 긍정적으로 제시하는 것이다.

만화는 정체되어 있기보다는 기술 발전과 더불어 사회의 변화에 적극적으로 대처하며 대중적인 문화로 자리 잡았지만 여전히 국가별로 문화적 위상은 저평가되고 있다. 이는 만화가 가진 산업적 기능보다 만화를 소비하는 의식수준 자체가 저급하기 때문이다. 그러나 오늘날 만화의 산업적 연계 효과가 활발히 나타나면서 만화의 성공사례가 다양하게 제시됨에 따라 한국의 특징적인 문화를 형성할 수 있는 아이টে으로 인정받고 있다. 특히 웹툰은 디지털 시대에 적응하여 발전한 차별적인 콘텐츠로 형식면에서 그동안의 만화와 다른 점을 보여주고 있다. 게다가 디지털로 제작된 무료 콘텐츠로 해외 소비자들의 접근이 용이해지면서 다양한 글로벌 소비모형이 구축되고 있다. 이와 같은 진화과정은 만화에 대한 인식을 제고하고, 문화적으로 만화의 위치가 격상되는 효과로 이어질 것으로 예상된다.

사회적 소비모형의 변화와 적극적인 수용자론

현재 국내 만화는 웹툰시장에 집중되어 있다. 웹툰은 디지털 형식에 최적화 된 만화콘텐츠로 최근 출판만화와 웹툰의 영역이 분리되는 현상까지 나타나고 있다. 이는 웹툰이 전통적인 출판만화에 비해 접근성이 용이하고 많은 콘텐츠를 용이하게 제공할 수 있기 때문에 수용자의 기회비용이 더 저렴하기 때문이다.

웹툰 서비스의 확대는 만화의 유료화, 프로슈머의 확대 등 만화에 대한 소비모형을 변화시켰다. 첫 번째로 만화의 유료화는 웹툰 서비스의 결제 시스템에서 찾아 볼 수 있다. 웹툰은 인터넷과 컴퓨터의 보급으로 인해 개인 홈페이지에서 자신의 일상을 만화로 제작하여 올리면서 시작되었다. 이러한 웹툰을 본격적으로 서비스 한 사이트는 다음(현재 카카오)으로 강풀과 같은 스타 웹툰 작가를 양성하였다. 이후 네이버에서 웹툰을 서비스하기 시작하였는데, 두 사이트 모두 무료로 콘텐츠를 제공하였다. 이 때문에 만화가들의 콘텐츠 제작 환경의 저해와 만화 인식저하의 장기화 등에서 우려하는 목소리가 높았으나 만화 자체에 대한 소비가 확장되면서 만화의 인지도는 높아졌다.

또한 웹툰 자체는 무료로 서비스하였으나 웹툰을 통해 광고 수익 모델을 창출시키며 만화가

들의 수익은 높아졌다. 이는 출판만화에서 만화 원고료를 받는 것보다 나은 환경을 제공하는 것으로 만화가의 창작 환경도 개선 시켰다. 이러한 웹툰의 공짜경제(freeeconomics) 수익모델은 약 10여 년 동안 유지됐으나 웹툰의 유료 서비스에 기반을 둔 플랫폼이 등장하면서 웹툰은 더 이상 무료 콘텐츠가 아닌 정당한 유료콘텐츠로 인식되기 시작했다.

웹툰의 유료화는 그동안 무료로 익숙해져 있는 소비자들의 인식을 바꾸어 놓아야 하는 숙제를 안고 있었다. 하지만 다양한 장르와 양질의 서비스로 소비자의 기호에 맞춘 작품들이 등장하였고, 성인용 웹툰과 다양한 실험적 시도들이 화이트마켓(white market)에서 상품으로 제작되어 유통되면서 유료화는 정착하기 시작했다. 이 같은 상황은 그동안 만화 서비스를 유료화하기 어렵다는 일반적인 인식을 변화시키기에 충분했고, 만화를 유료로 소비할 수 있는 소비층이 있다는 것을 확인하면서 유료화 시스템의 구축과 전환이 만화의 새로운 대안으로 제시되었다.

웹툰으로 인한 변화는 유료화에서만 나타나는 것이 아니라 웹툰 제작자에서도 나타났다. 웹툰전문 플랫폼들은 기존 인기작가를 활용하기 보다는 적극적이고 객관화된 인큐베이팅 시스템을 통해 참신한 아이디어를 가진 인재를 데뷔시키면서 새로운 스타작가 인력군을 확보하였다. 이러한 인큐베이팅 시스템은 웹툰을 소비하는 소비자가 직접 포털 사이트에 작품을 업로드 시키는 기회를 동시에 제공함으로써 소비자가 생산자의 역할을 할 수 있는 프로슈머를 창출했다. 누구나 참여 할 수 있는 기회의 확대는 웹툰의 소비를 증가시켰고, 직접 생산이 어려운 소비자는 댓글을 통해 참여할 수 있게 되었다.

댓글 참여 문화는 직접 생산에 참여하지는 않지만 간접적으로라도 콘텐츠 생산에 참여한다는 인식을 심어주었다. 실제로 웹툰 작가는 댓글에 영향을 받아 작품을 수정하기도 하였고, 댓글을 통해 아이디어를 얻기도 한다.

웹툰 작가의 인큐베이팅 시스템은 소비자가 적극적으로 생산에 참여하게 하는 기회가 되었다. 다음과 네이버는 아마추어 작가 누구라도 포털 사이트에 자신의 작품을 게재할 수 있게 하였고, 조회 수와 댓글 등으로 인기 있는 작품을 선별하고 서비스 플랫폼에서 몇 가지 기준을 적용하여 작가로 데뷔할 수 있는 기회를 주었다. 이러한 관점에서 포털사이트의 웹툰작가 인큐베이팅 시스템은 10만 명 이상의 작가 지망생들이 끊임없이 이야기를 만들어내는 공간이며 만화가로 데뷔 할 수 있는 기회를 제공한다. 이들의 존재는 만화와 만화가에 대한 사회적 팬덤이며, 웹툰에 대한 충성도가 높은 소비자로 해석이 가능하다.

포털사이트의 웹툰 담당자들에 따르면, 웹툰의 독자층은 과거 출판만화 전성기 세대의 소비자들이 성장하여 유입되었을 가능성이 매우 크다고 추측한다. 이들은 만화문화를 향유하던 세대로 피터팬 신드롬을 일으키고 키덜트 문화를 형성하며 만화 전반에 걸쳐 충성도가 높을 것으로 짐작된다. 따라서 이들의 성장은 앞으로 만화의 산업과 부모세대로 성장하며 문화적으로도 긍정적인 영향을 끼칠 것으로 예상된다.

만화문화와 만화산업의 간극변화

국내 만화 역사는 1909년 대한민보에 실렸던 이도영의 삽화를 시작으로 보고 있다. 이후 만화는 사회적 환경이 반영되며 대본소 만화가 등장하였고, 저급한 질의 종이에 만화가 인쇄되고 소비되면서 저급문화라는 인식이 생겨났다. 또한 마구잡이로 진행되는 일본 만화의 불법복제도 한몫 거들었다. 만화의 악재는 여기서 끝이 아니었다. IMF 이후에 창업되었던 책 대여점 사업은 1-2년 만에 만화책 대여점 사업으로 변화하였다. 이는 만화책의 소비 집중성이 강하기 때문에 잡지나 소설에 비해 대여기간이 짧아 상품순환이 높고 비용 역시 빨리 현금화되었기 때문이다. 이러한 특성으로 인해 만화는 저렴한 가격에 쉽게 빌려 볼 수 있는 콘텐츠가 되면서 만화는 저급문화이며, 만화를 그리는 만화가는 배고픈 직업이라는 인식이 개선되지 못했다.

이러한 상황 속에 디지털 기술의 발달로 만들어진 웹툰은 만화에 대한 인식을 바꾸어 놓았을 뿐만 아니라 다양한 콘텐츠의 원천 콘텐츠로 활용되는 사례가 증가하면서 만화에 대한 인식이 차츰 변화하기 시작했다. 만화는 풍부한 상상력을 기반으로 하는 콘텐츠로 창의성의 기본이자 출발로 평가된다. 이러한 만화의 가치는 만화와 관련한 대학 학과의 신설과 콘텐츠 스토리텔링 관련 과목 개설, 문화 예술로서 만화의 교육, 만화 전문 기관의 설립, 만화 지원 사업의 확대 등을 통해 증대되고 있다.

만화와 관련한 최초의 대학은 공주전문대학(현 공주대학교)으로 1990학년도부터 만화예술과를 신설하였다. 학과 커리큘럼은 이론보다 만화를 그리기 위한 실습에 집중되었으며, 만화도 대학에서 학문으로 공부할 수 있는 전공분야임을 인식시키기 시작했다.

만화와 관련한 전문 교육 기관이 설립되면서 만화와 관련한 이론서들이 등장하였고, 만화 연구가 활발해지면서 만화는 문화 예술로서 자리 잡기 시작했다. 한국문화예술교육진흥원이 진행하고 있는 문화예술교육사업에서 만화 애니메이션 분야가 생겨났으며 문화예술교육사라는 국가공인 자격증을 부여하였다. 이 같은 행보는 만화를 문화예술로 인정하고, 만화 콘텐츠에 대한 전문성을 갖춘 교육자들이 초, 중, 고등학생들과 만나 수업을 진행하면서 전반적인 사회의 문화적 인식수준을 제고하기 위함이다.

또한 만화지원 전문기관이 설립되었는데, 한국만화영상진흥원과 한국콘텐츠진흥원에서는 만화를 부가가치가 높은 콘텐츠로 인정하고, 만화제작 지원, 만화의 해외진출 지원, 만화 인재양성지원 등의 지원 사업을 펼치며 만화가 가진 산업적 효과를 극대화하기 위해 노력하고 있다.

만화는 IT기반 디지털 미디어가 발전하기 시작하면서 창의적인 원천콘텐츠로 연계 미디어 장르에 확대되었고, 때문에 만화가 가진 산업적 효율성은 단계적으로 검증되었다. 그럼에도 불구하고 만화에 대한 인식 수준은 여전히 낮았지만, 대학에서 만화를 전문적으로 가르치고

초, 중, 고등학교에서 문화예술로 만화를 접하게 될 뿐만 아니라 사회적으로 다양한 기관의 지원사업이 강화되면서 만화는 첨단문화로 각광받기 시작한다.

도서관에서 보는 만화의 수서 및 대출기능의 변화

최근 인터넷과 스마트폰 등을 통해 웹툰의 소비가 급증하고 있지만 반면에 출판만화계의 수익모델은 정체되거나 축소되고 있다. 때문에 만화 출판계는 도서관에서 만화도서를 적극적으로 구매 해 줄 것을 요구하기도 한다. 하지만 도서관에서 만화를 수서하는 일은 책을 사서 보관하면 되는 단순한 일이 아니다.

도서관은 공공의 영역으로 이용자의 관점과 도서관을 운영하는 운영자의 관점으로 나누어 볼 수 있다. 이용자의 관점에서 보는 도서관의 공공의 영역은 도서관에서 수서하는 도서들의 차별화된 가치와 중요도에 따른 선택의 로드맵이라고 본다. 그래서 만화계의 적극적인 노력이 필요하다. 만화의 수서를 주저하거나 적극적으로 실행하지 않는 도서관의 태도에 대해 만화에 대한 설명과 이해, 그리고 사회적 활용도와 이용자 서비스 필요성을 설명해야 한다. 만화의 가치를 격상시키기 위해서라도 만화의 장서를 요청하고 설득해야 한다.

반면에 운영자의 관점에서 만화의 수서는 방대한 콘텐츠 속에 도서관의 목적에 부합하는 작품선택의 문제이다. 도서관은 시간성이라는 개념이 있다. 도서관의 장서는 현재성만 있는 것이 아니라 과거, 현재, 미래까지 연결하는 축적된 정보의 보고이다. 국립중앙도서관이 10만 권 이상의 만화를 장서할 수 있었던 것은 시간을 착실하게 축적해 왔기 때문이다. 그런데 축적은 많은 사회적 비용과 노력이 들어가야 하기 때문에 어려운 일이다.

도서관은 아직까지 일반 주류출판에서도 제대로 물량을 축적하고 있지 못한 실정이며, 가능성 있는 다양한 장르의 분야를 수용하지 못하는 한계가 있다. 이러한 점에서 만화가 아무리 사회적 영향력이 높다고 하더라도 공적비용을 사용하는 것에 대해 사회가 공감하고 동의해 주지 않으면 축적의 기회는 어렵게 되는 것이다. 결국 운영자의 관점에서 만화의 수서는 만화가 사회적으로 위상을 격상시켜 대부분의 이용객에게 만화를 이해시킬 수 있는 위치에 이르렀을때 원활하게 이루어 질 수 있다.

하지만 만화 수서에 이해관계가 일치했다고 하더라도 만화 수서는 결코 쉬운 일이 아니다. 출간되는 만화의 양이 많을 뿐만 아니라 만화를 구매 할 수 있는 기한이 제한적이기 때문이다. 일반적으로 도서관이 만화책을 선정할 때 기관의 수상작이나 언론의 평가에 의존하게 되는데, 사회적 이슈를 낳은 콘텐츠나 판매순위에 따라 선정한 결과가 도서관의 수서목적에 부합하지 않는 경우도 종종 있다. 따라서 도서관은 만화계에서 만화를 다양한 관점으로

큐레이션 하여 연령, 주제, 형식 등 더 많은 기준점에 전제된 적합한 목록으로 제공해 주기를 희망한다.

만화 수서의 또 다른 문제는 저작권이다. 만화도서관의 경우 수장고에 30년 이전의 작품들을 디지털화 하여 열람하고 있다. 수장고에 있는 자료는 최대한 꺼내지 않아야 그 가치를 보존할 수 있기 때문에 디지털화를 우선으로 진행하는 것이다. 디지털화가 진행되고 난 후에는 도서관을 방문하여 디지털 정보로 열람실에서 이용할 수 있다. 때문에 이용객들은 일반적으로 서비스를 요청하지만 만화는 저작권이 있는 콘텐츠이므로 쉽게 생각할 수 없는 부분이다. 만화도서를 디지털로 서비스 하는 것은 도서관이 가진 공공의 기능이 산업적 영역으로 전환되는 것이다.

이처럼 도서관은 만화 수서에도 다양한 문제점을 제기하지만 어렵게 수용한 만화는 대출에서도 문제가 발생한다. 대부분의 도서관은 만화 열람은 가능하지만 대출하지 않는다. 이는 도서의 관리 보존과 관련 된 문제이나 이용객들의 참여가 중요하게 작용한다. 그러한 점에서 만화 대출은 아직까지 어렵다고 보지만, 만화 평론가 및 연구자들의 연구대상 및 자료나 만화를 일반도서로 인식하는 독자들의 입장에서 대출기능을 변화시키는 방안도 고려해야 되는 시점이다.

도서관별 만화도서의 활용가능성 및 독자중심 서비스 개선 전략

최근 한국출판연구소에서 조사한 ‘국민 독서 실태조사’에 따르면 초등학생들의 전체 독서량 중 28.4%가 만화책으로, 초등학생들에게 높은 선호도를 보이는 것으로 나타났다. 만화는 쉽고 재미있게 정보를 전달할 수 있는 콘텐츠이기 때문에 학습에 대한 집중력 향상에 영향을 미친다고 보고 있다. 하지만 지식 함양만으로 평가하자면 만화책은 일반도서에 비해 성취도가 낮은 콘텐츠이다. 따라서 만화를 적극적으로 활용하고 있는 기존 도서관의 프로그램을 살펴보고 효율적인 이용 방안을 고민할 필요가 있다.

우선, 부천에 위치한 한국만화도서관은 국내만화, 해외만화, 학술자료, 논문 등 25만여 권의 장서를 보유하고 있다. 만화와 애니메이션을 자유롭게 열람하는 공간으로 일반 · 아동 · 영상 열람실로 구분돼 있다. 한국만화도서관은 고전도서부터 현재의 웹툰까지 만화 100년의 역사와 전 세계의 만화도서를 한눈에 볼 수 있다. 과거 발행 작품부터 현재 연재 작품까

지 어른들에게는 동심의 추억을 되살려주고 아이들에게는 읽는 즐거움을 준다. 또한 이미 절판된 만화들은 물론 스마트폰 및 컴퓨터 등으로 접하기 힘든 작품, 혹은 그래픽노블 등을 직접 접할 수 있다.

특히 만화도서관은 일반 이용자를 위한 열람 서비스와 만화자료를 수집·보존하는 소장기능도 하고 있다. 소장 자료는 26만여 권으로 매년 국내외 만화자료 6~7천여 권을 수집하고 있다. 자료보존실에는 국내에서 출간되는 모든 만화자료를 수집하고 있다. 또한 매년 ‘한국 만화 100선’을 선정하고, 매달 이달의 추천만화를 선정해 만화의 우수성과 독창성을 널리 보급하고 있다. 다만 만화도서관은 외부로 만화책을 대출해 주지 않는다. 절판되면 쉽게 재판되지 않는 출판만화의 특성 탓이다. 오랜 시간 정독하지 않아도 돼 도서관내 열람을 원칙으로 한다.

한국만화도서관과 연계된 만화박물관은 열람실로서의 역할과 만화 매니아층을 위한 역할을 강화시키고 있다. 게다가 만화열람실은 웹툰이 주 소비 장르로 변화하는 만화문화를 실시간으로 보여준다. 과거 일본만화가 주류를 차지하던 국내 만화시장의 변화가 최근 웹툰을 중심으로 높은 이용률을 보여주고 있음을 만화열람실은 통계로 입증한다.

두 번째 사례는 녹번 만화도서관이다. 녹번 만화도서관은 서울 녹번역에 설립된 도서관으로 학습, 교양만화 뿐 아니라 흥미위주의 만화책을 포함해 약 3,000여권을 소장하고 있다. 녹번 도서관의 이용 목적은 무한한 상상력과 꿈의 보고인 만화의 가치를 높이고, 문화 예술적 가치를 증대시키며, 문화유산으로 전승하는 것이다. 도서관에서 만화책 열람은 무료이지만 대출은 불가하고 있으며, 만화 관련 문화프로그램을 개최하고 있다. 만화책을 활용한 프로그램의 사례로 만화책 〈안녕 자두야〉에 나온 놀이를 체험하는 것으로 프로그램 이후 도서관을 친근하게 느끼고 있으며, 만화에 대한 편견을 버리고 일반 책처럼 정보를 얻을 수 있는 유익한 도서로 인식이 개선되었다.

세 번째 사례는 인천엔 위치한 율목 도서관이다. 이곳은 인천에서 가장 오래된 시립도서관으로 2014년 인문학 프로그램인 ‘비움+채움’을 시행하였다. 이 프로그램은 지역주민들이 만화에 대한 인식 개선하고, 만화를 새로운 지식정보를 얻을 수 있는 콘텐츠로 이용하기 위한 의도로 기획되었다. 프로그램은 총 6회로 실시되었는데, 전문지식을 갖춘 우수 만화가를 선정하고 소개하며 교양만화 속 인문학적 요소를 찾는 것으로 프로그램 진행은 전부 작가가 직접 맡았다. 가장 호응이 높았던 작품은 심리학 분야의 전문도서로 선정된 웹툰 〈닥터 프로스트〉로 특히 청소년의 참여 비율이 높은 편이었으며 작가와 함께 깊이 있고 철학적인 대화를 통해 많은 호응을 이끌어 냈다.

네 번째 사례는 충남에 위치한 계룡도서관이다. 이 도서관은 도서관을 찾지 않은 청소년들이 도서관을 좀 더 친근하게 느끼고 편히 찾아 올 수 있도록 하며 만화책에 대한 부정적인 인식을 개선하고 이용자와의 소통을 위해 ‘만화책이어도 괜찮아.’라는 프로그램을 운영하였다. 이 프로그램은 도서관 사서가 직접 전문가 서평과 학교 도서관저널 도서추천위원회에서 출간한 〈만화책 365〉를 서지도구로 참고하여 만화책을 선정하고, 이를 청소년들과 함께 읽고 의견을 나누어 서평을 작성해보는 것으로 진행되었다. 이후 서평을 전시하여 지역 시민들의 만화책에 대한 인식 재고에 큰 영향을 주었으며 프로그램에 사용한 만화책 목록과 만화책을 전시해 시민들의 흥미를 유발하여 자연스럽게 독서분위기가 조성되었다.

각 도서관들은 행사 이후 만화책에 대한 인식이 좋아졌으며, 만화책의 가치가 높아졌다고 평가하고 있다. 또한 도서관의 이용객들이 증가하고, 만화를 이용한 긍정적인 기능이 가능하다는 것을 인식하며, 만화의 활용가능성이 높다는 것을 검증하였다. 하지만 여전히 만화를 수서하는 과정에 엄격한 심사를 적용하고 있으며 관리 측면에 어려움이 많음을 토로한다. 지금까지 출간 된 만화의 양은 워낙 방대하기 때문에 모든 책을 도서관에 장서하긴 어렵다. 또한 모든 만화책이 도서관의 이용 목적에 부합하는 것은 아니다. 때문에 엄격한 기준을 적용하는 것은 당연한 것이다. 결국, 만화산업계와 학계는 이처럼 도서관의 이용 목적에 부합하는 만화 연구를 점진적으로 진행해야 하여, 만화의 구분을 좀 더 세분화하고 체계화하여 쉽게 만화에 접근 할 수 있는 지표를 마련해 주는 노력을 부단히 추진해야 할 것이다.

스마트시대 도서관이 지향해야 할 만화 플랫폼으로서의 역할과 기능

최근 스마트기기에서 소비되는 콘텐츠들이 많아졌다. 만화나 소설 등이 e-Book으로 출판되는 것이 그 사례 중에 하나이다. 때문에 도서관에서 만화를 수서하는 것의 대안을 제시할 때 디지털화 혹은, 디지털로 제작 된 만화를 구매하는 방법을 제안한다.

도서관은 공공의 영역으로 콘텐츠의 형태가 디지털로 변화되고 있다고 해서 무조건적으로 수용할 수는 없다. 디지털 시대에 맞춘 e-Book과 같은 도서 형태는 도서관 입장에서 소장하는 과정에 편리할 수 있으나 불법복제에 취약하기 때문에 저작권 측면에서는 더욱 체계적인 관리와 수용이 필요하다. 또한 공적인 영역에서 보편적이지만 잠재적인 부분까지 고려해서 수서해야 하기 때문에 매체의 형태보다 내용을 더 중요하게 생각해야 한다. 이는 만화의 형식이 웹툰으로 전환되고 있어서 장서하기 편리하다는 점이 도서관 수서에 큰 영향을 미치

지 못하는 것을 의미한다.

도서관은 만화를 수집하는 곳이 아니다. 따라서 모든 만화를 수용할 필요는 없다. 하지만 어디서나 정보를 얻을 수 있고, 글을 읽을 수 있는 스마트시대에 맞추어 도서관도 편의성을 높일 필요가 있다. 이것은 무조건적인 도서관의 디지털화를 의미하는 것이 아니라 도서관에서 만 얻을 수 있는 차별적인 정보를 제공해야 한다는 것이다.

만화 수서에서 절판되는 책을 구매하는 것과 연속되는 콘텐츠를 구비하는 것의 어려움을 제기하였듯이 개인도 이러한 어려움을 가질 수 있다. 때문에 도서관이 적극적으로 이러한 어려움을 해결하고, 이용자에게 정보를 제공할 필요가 있다. 또한 많은 양의 만화를 선정하는 문 제점에 대해서 기관이나 만화계의 정보를 수용하는 것에 그치지 않고 도서관 나름대로 선정 기준을 마련하는 것이 필요하다. 이는 만화계와 적극적인 협력관계를 구축해야 가능하겠지만 도서관이 추구하는 공공의 기능에 중점을 두면서 이용객의 의사를 적극적으로 수용하여 차별화된 도서목록을 마련할 수 있을 것이다. 이러한 대안으로 도서 자체를 디지털로 서비스 하는 것 뿐만 아니라, 도서와 관련된 정보를 디지털로 제공하는 방법이다.

스마트시대에 도서관을 이용하는 이용객은 어떠한 형태로든 디지털로 된 정보를 먼저 접하게 된다. 도서관에 오기 전 검색을 하거나, 도서관에서 도서를 검색하는 활동 등이 그러하다. 이는 디지털로 된 정보를 접할 기회가 다양하게 존재한다는 것이다. 따라서 단순히 만화를 수서하고 있다는 것에서 그칠 것이 아니라 수서한 만화에 대해 적극적인 정보를 제공하면서 만화 아카이브 시스템을 구축하는 것이 탄력적인 오프라인 플랫폼으로서의 도서관 역할이 될 것이다.

1. 시론: 만화의 출현이 의미하는 것

2009년, 국립현대미술관에서는 〈한국만화 100년전〉을 개최했다. 2015년 상반기 KT경제경영연구소가 제출한 “웹툰, 1조원 시장을 꿈꾸다”라는 보고서에 따르면 웹툰이 창출하는 시장규모가 올해 4천 200억 원에서 2018년 약 8천 800억 원으로 증가할 것이며, 다양해진 플랫폼과 OSMU의 활성화, 해외진출 등을 고려하면 1조원을 돌파할 것이라고 한다.⁽¹⁾ 시장분석이 다소 과장되었다는 지적도 있으나 만화 시장 규모가 그만큼 확대되었다는 것은 이견의 여지가 없다. 이처럼 만화가 공적영역에서 전시되고, 무엇보다 동종업계 뿐만 아니라 산업, 지자체 및 정부 차원에서 만화의 산업적 성장에 대해 주목하고 있다는 점은 주지하는 바이다. 그간 “만화는 불량하다”는 시선으로부터 자유롭지 못했던 만화가 2000년대에 들어서는 문화적 성과를 인정받으며 문화 전체에서 차지하는 위상이 높아졌음을 실감케 한다. 불과 100년이 조금 넘는 역사 속에서 한국 만화는 비약적인 발전을 이루어 온 것이다. 그럼에도 불구하고 한국만화의 출발을 들여다보는 작업은 이제 시작단계에 놓여 있다. 만화는 짧은 시간에 읽고 소비해버리는 스낵컬처(Snack Culture)로 간편하게 즐길 수 있는 오락물처럼 인식되기도 하지만, 사실 만화의 등장은 새로운 패러다임의 출현을 예고한다는 것을 아는 사람은 많지 않다. 만화는 그리고자 하는 대상, 담고자 하는 이데올로기가 다양한 표상으로 컷 안에서 구현되기 때문에 문자와

※ 이 글은 필자의 박사학위논문 「한국 근대만화의 전개와 문화적 의미」(고려대학교 국어국문학과, 2013.8)을 재구성하여 작성한 것임을 밝혀둔다.

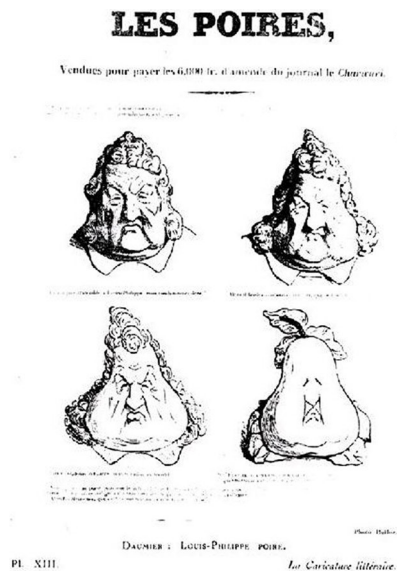
(1) 연합뉴스, 2015.1.9. 일.

<http://media.daum.net/culture/others/newsview?newsid=20150109051605021>

는 다른 인지체계가 요구된다. 만화는 문자와 그림의 절합을 통해 총체적으로 이해되어야 한다. 유럽에서 만화는 문자를 모르는 대중들에게 쉽게 전달할 수 있는 전단지 형태의 시작되었지만, 어떤 경우에는 그림만으로는 온전히 이해할 수 없는 만화가 존재한다. 특히 만평의 경우 한 컷 안에 많은 의미를 내포하기 때문에 이 컷을 이해하기 위해서는 그림과 문자와의 절합 뿐만 아니라 때로는 역사, 사회, 문화적인 요소들까지 고려해야 하는 경우가 종종 발생한다.



(좌) 샤를르 필리폰의 LES POIRES



(우) 필리폰의 원안을 바탕으로 그린 도미에의 LES POIRES

좌측의 그림은 샤를르 필리폰(Charles Philippon)이 왕권시대의 국왕인 루이 필립을 풍자하고자 그의 머리를 배 모양으로 그린 캐리커처다. 샤를르 필리폰은 서양에서 “배”가 열간이, 멍청이라는 의미를 지니고 있다는 점에 착안해 루이 필립의 왕권시대를 비판한 것이다. 이 캐리커처에 드러난 탁월한 풍자성은 당대에 붐을 일으키며 유럽에 만화 신문의 창간을 재촉하는 계기가 되기도 했다. 우측의 그림과 같이 도미에(Honoré Daumier)를 비롯하여 많은 만화가들이 필리폰의 원안을 참고해 그렸다.

그런데 만약 그 의미를 모르는 문화권의 대중이라면, 혹은 루이 필립 왕의 시대를 모르는 대중이라면 샤를르 필리폰이 이 캐리커처를 통해 말하고자 하는 의도를 정확히 파악하기 힘들다. 이처럼 만화는 객관적 실재라기보다는 사회·역사·문화적으로 구성된 개념으로 이해되어야 한다. 따라서 만화를 읽는다는 것은 단순히 시간을 때우거나 웃기 위한 행위에만 그치는 것은 아니다. 만화를 온전히 독해하기 위해서는 만화를 둘러싼 사회·역사·문화의 다층성 속에서 이해되어야 한다.

THE YELLOW KID
He meets Tige and Mary Jane and

Panel 1: TIGER: "WELCOME TO THE CITY!"
MARY JANE: "IF YOU THINK TIGER WOULD 'YOU WANT' ASK FOR IT."
TIGER: "WELCOME TO THE CITY!"

Panel 2: THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"
TIGER: "WELCOME TO THE CITY!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 3: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 4: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 5: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 6: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 7: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 8: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 9: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 10: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 11: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

Panel 12: TIGER: "I'VE GOT A TIGER!"
MARY JANE: "I'VE GOT A TIGER!"
THE YELLOW KID: "I'VE GOT A TIGER!"

코믹스의 등장은 만화 형식의 변화만을 의미하는 것은 아니다. 코믹스는 출판 저널리즘의 형성과 독서 문화의 변화에 따른 대중 독자의 탄생을 전제해야 한다. 코믹스가 성행할 수 있었던 것은 인쇄술과 유통의 발달이라는 양적 토대와 함께 독서의 대중화라는 문화적 조건도 병행되었기에 가능했다. 특히 식민지 조선의 경우 신문·잡지와 같은 저널리즘을 통해 만화가

19

등장했으며 확산되어 나갔다. 그에 따라 신문·잡지는 문자를 읽는 독자에서 “읽고 보는 독자”로의 전이, 즉 근대적 독자의 탄생을 예고했다. 서구의 경우 신문·잡지의 판매부수를 늘리기 위해 경쟁적으로 만화를 도입하면서 선정적으로 변질됐고, 저급함으로 인해 국가의 규범을 타락한 수준으로 떨어뜨리는 주범이라는 우려의 목소리도 나왔다.⁽³⁾ 만화를 둘러싼 이러한 논쟁은 결국 만화의 전개 과정이야말로 대중 소비사회로의 이행을 가장 잘 보여주는 매체라는 점을 확인시켜준다.

2. 만평 ; 식민지의 현실을 고하다

조선에 만화가 처음으로 등장한 것은 1909년 <대한민보>의 만평이다. <대한민보>는 창간일로부터 1년여에 걸쳐 만평을 게재하며, 그 표제를 “삽화”라 붙였다. 말풍선과 컷의 사용을 볼 때 만화가 무엇인가에 대한 인식이 아예 없었던 것은 아니었다. 그림 1은 우리나라의 초기적 형태의 말풍선을 엿볼 수 있는데, 이는 일본 언론의 만평에서도 통용되고 있던 기법이었다. 말풍선, 컷 표현, 캐릭터의 구현, 만평이 내포한 풍자성을 고려한다면 <대한민보>의 만평을 담당했던 이도영은 만화에 대한 인식이 충분히 있었던 것으로 판단된다. 그림1은 <대한민보> 창간호에 게재된 만평으로 신문 창간의 취지를 인물의 입에서 나오는 도선을 따라 토해내듯 그리고 있다.



그림 1) 대한민보 1909.6.2.



그림 2) 대한민보 1909.7.18.

(3) 로저 새빈, 위의 책, 2002, 18-19쪽.

그림2는 배가 부른 사람 뒤로 전차가 그려져 있고, “고복불안(高腹弗安)”라는 자막이 쓰여 있다. 우리나라에 전차가 처음 들어온 것은 1899년 이었다. 이후 미국인 콜브란이 한미전기회사를 세워 전차, 전등, 전화의 독점권을 행사했으며, 1909년에는 조선의 통감 소네 아라스케의 아들이 설립한 일한와사주식회사가 한미전기주식회사를 사들이면서 전차의 경영권이 일본으로 넘어가게 되었다. 그런데 이 전차의 이권과 관련해서 연일 입방아에 오르내리는 사람이 있었으니, 바로 이완용이었다. 그는 경인철도 부설 시에도 사업가 모스에게 뇌물을 받아 철도창조조약을 체결하고자 했으나, 반대에 부딪혀 뜻을 이루지 못했다. 1909년 한미전기주식회사가 일한와사주식회사로 넘어갈 때 설립보조금 40만원과 철도보수금 70만원을 착복해 재산을 축적한 것으로 알려져 있다. 이 만평은 원근법을 적용하더라도 사람에게 비해 전차가 너무 작게 그려져 있다. 결국 전차의 앞을 가로 막은 남성은 자막의 “불(弗- 달러: 인용자주)”이 지시하는 바와 같이 전차이권에 관련해 이권을 챙기고 자신의 배를 불렀다(“高腹”)는 것을 의미한다. 소용돌이치던 국난의 위기에서 자신의 배만 불리며 재산을 축적하는 위정자에 대한 비판과 풍자 정신이 한 컷의 만평에 담겨 있다.

그러나 안타깝게도 만평은 한동안 이어지지 못했다. 1910년 한일병탄과 함께 조선인에 의한 신문은 폐지되었고, 총독부 기관지였던 <매일신보>만이 유일한 조선의 언론이었다. <매일신보>에도 만화는 실렸으나, 비판적 기능은 퇴색될 수밖에 없었다. 식민지에 처한 조선의 현실을 풍자하고 실상을 낱알이 들여다 볼 만평이 다시 등장한 것은 1920년대에 들어서야 가능했다. 바로 <동아일보>와 <조선일보>, <시대일보>와 같은 조선인 민간언론을 중심으로 신문·잡지에 게재되었다. 이것이 가능했던 것은 3.1운동으로 드러난 민심과 지식인의 동향을 수면 위로 끌어올림으로써 제국 일본의 통제로부터 벗어나 있던 불투명한 대중의 욕망을 분출시키고 그들의 움직임에 사전에 차단하기 위함이었다. 일종의 “통제 속에서의 분출”을 허용한 문화정치의 통치 수단이었다.⁽⁴⁾ 그 결과 식민지 조선의 만평은 감시 하에서도 총독 정치에 대한 비판을 감행하고, 식민지인으로서의 위기의식과 비애를 분출함으로써 조선인 독자들의 여론을 형성하고, 일종의 공동체로서의 사회를 주조해 나갔다.

문화정치를 수립한 하라 다카시 내각은 동화주의를 식민지 통치의 원칙으로 내세웠다. 사이토 총독 역시 “풍속, 습관, 언어 등에 관하여 간섭하지 않을 것이며, 서로 간의 온전한 발전에 노력하여 인심이 심정(沈靜)하기를 절망(切望)한다”고 했다.⁽⁵⁾ 하지만 이는 효율적인 통치를 위한 기만적인 정책일 뿐이었다. 동화주의를 표방했지만 그 안에는 민족적 차이가 분명히 존재하고 있었고, 각 조선 언론사들은 교묘하게 은폐시킨 총독부의 식민화 정책을 만평을 통해 날카롭게 비판했다. 그림2와 3은 식민지인으로서 조선인이 느낀 차별과 그로 인한

(4) 박현호, 「문화정치기 신문의 위상과 반-검열의 내적논리-1920년대 민간지를 중심으로」, 『대동문화연구』 50호, 대동문화연구원, 2005.

(5) 「동화의 의미를 불가해- 齋藤總督談」, <동아일보>, 1920.4.1.6면.

위기의식이 컷 안에 표현되어 있다.



그림 3) 「조선인 순사의 비명」⁽⁶⁾



그림 4) 「동척의 이면과 표면」⁽⁷⁾

그림 3의 인물들은 모두 순사지만 동등한 위치에 있지는 않다. 자막을 통해 이들의 차별이 드러나고 있는데, 이 차별이 직위에 의한 것이 아닌 민족적 종차에 의한 것임이 표현되어 있다. 그리고 차별로 인한 결과는 배고픔이다. 당시 “일본인 순사는 초급이라도 본봉은 사십 원이요, 가봉 십사 원, 사택 십 여 원을 합하여 칠십여 원인데, 조선인 순사는 본봉 삼십오 원에, 가봉을 합한대도 사십 원밖에 아무것도 생기는 것이 없었다.” 공적 영역인 순사의 봉급차가 이렇진대, 다른 분야의 차별은 더욱 심할 수밖에 없었다.

그림 4에서 “동척”이라는 양복을 입은 신사는 조선인 복장을 한 농민에게는 높은 세율을 적용해 추수곡(秋收穀)을 받고, 동경에 있는 일본 동포에게는 담요를 건네는 표리부동한 모습이 재현되었다. 제국 일본의 전방위에 걸친 차별은 식민지 수탈로 인한 경제난이 더해지면서 극심해졌고, 조선인 노동자는 “집세, 외상값, 납세, 일수”로 인해 사지가 찢어나갈 지경이라며 절규하기도 했다.⁽⁸⁾

불만이 극에 달하자 조선 총독부는 이입세를 철폐하고 세제를 정리하는 등의 차별철폐를 약속했지만, 허울뿐이었다. 조선인들의 삶의 위기의식은 더욱 극심해졌고, 절규는 노동자, 농민에 그치는 것은 아니었다. 주지하다시피 지식인 역시 조선인이라는 이유로 차별을 감당해야만 했다. 이는 곧 생계와 직결되기 때문에 만평은 조선인들의 생활고와 자신의 터전에서 쫓겨날지도 모른다는 위기의식을 재현했다.

(6) 『동명』, 1922, 11, 26.

(7) 〈동아일보〉, 1923, 12, 11.

(8) 〈시대일보〉, 1925, 12, 18.



〈동아일보〉, 1925.1.3.

만평은 각 신문의 첫 페이지에 실리며 그 신문 전체의 인상을 결정한다. 일종의 잡지의 표지와도 유사한 역할을 담당하는 것이어서 문자로 이루어진 다른 기사들보다 메시지 전달이 용이하고 강렬하다. 만평은 보통 신문 1면의 정중앙에 위치해 있으며, 수많은 문자들 사이에서 하단의 광고를 제외하면 유일한 그림으로 존재한다. 따라서 만평은 눈에 띄기 수밖에 없다. 문식력이 부족한 독자에게, 혹은 어쩌다 신문을 집어 들게 된 독자에게도 만평은 효과적으로 소통할 수 있는 수단이었다. 그래서인지 식민지 시기의 각 신문사들은 독자들의 만평 투고를 환영했다. 편집부의 의도대로 선택된 독자의 만평이겠지만, 이는 곧 신문사의 주관에 독자들에게 소통되고 있다는 증표로 표상될 수 있다는 점에서 유효했다. 즉 만평은 여론을 형성할 수 있는 유효한 수단이 되고 있었던 것이다. 결국 이러한 만평의 정치적 기능은 오래가지 못했던 것으로 보인다. 1920년대 후반으로 갈수록, 특히 1930년대를 넘어서면서 각 신문사의 만평은 일본 총독부의 정치에 대한 비판과 풍자를 거둬들이고 해외사정에 관한 만평을 주로 게재했으며, 이마저도 점차 사라져 갔다. 문화정치로 빗장을 푼 일본이었지만 여전히 검열의 서슬은 조선을 향해 있었던 것이다.

3. 코믹스 ; 식민지 대중을 웃게 하다

1920년 김동성은 <동아일보>에 자신이 그린 만화를 “그림이야기”라는 명칭으로 게재했다. 이 만화는 그동안 식민지 조선에서 선보였던 한 컷짜리 만평과 달리 발 전(田)자 형태의 4컷으로 나누었고, 첫 번째 컷이 다음 컷으로 순차적으로 이어지고 있었다. 그야말로 서양의 코믹 스트립의 의미를 그대로 따라 줄이 이어지듯 이야기가 연속되었던 것이다. 이것이 식민지 조선에서의 코믹스의 등장이었다. 다만 코믹스라는 용어 대신 “그림으로써 이야기하고, 이야기로써 그림을 그린 것”이라는 의미의 “그림이야기”라는 표제를 사용했다. 그는 단순히 그림과 문자의 조합이 아니라 컷과 컷의 연동을 통해 이야기의 연속성을 강조했다. 미국에서 저널리즘 만화를 전공한 김동성은 코믹스에 대한 이해가 분명했다. 그리고 코믹스가 저널리즘의 성공을 가져다 줄 것이라는 확신도 있었던 듯 보인다. 그는 1924년 <조선일보>가 ‘혁신’을 단행하면서 신문 독자 확보에 고심할 때, 노수현과 함께 한국 최초의 장편코믹스인 <명텅구리>를 연재한다. 그리고 그의 예측은 정확하게 맞아 떨어졌다. <명텅구리> 이후에 각 신문사들도 경쟁적으로 코믹스를 연재하면서 1920년대 신문들은 때 아닌 코믹스 연재 붐이 일어났다. 우선, 식민지 조선에 처음으로 코믹스를 들여와 붐을 일으켰던 <명텅구리> 시리즈의 연재는 다음과 같다.

- ①명텅구리 헛물켜기, 1924년 10월 13~1924.12월 8일, 총 56회.
- ②명텅구리 연애생활, 1924년 12월 9일~1925년 6월 13일, 총 189회.
- ③명텅구리 자작자급, 1925년 6월 14일~1925년 10월 22일, 총 85회.
- ④명텅구리 가정생활, 1925년 10월 23일~1926년 2월 1일, 총 97회.
- ⑤명텅구리 세계일주, 1926년 2월 2일~1926년 8월 4일, 총 145회.
- ⑥명텅구리 석덕대기, 1926년 8월 14일~1926년 8월 31일, 총 16회.
- ⑦명텅구리 가난사리, 1926년 10월 ?? ~ 1926년 12월 11일, 총 51회.
- ⑧명텅구리 사회사업, 1926년 12월 12일~1927년 2월 18일, 총 43회.
- ⑨명텅구리 학창생활, 1927년 2월 21일 ~1927년 3월 11일, 총 11회.
- ⑩명텅구리 쏘나왔소, 1927년 8월 9일~1927년 8월 18일, 총 10회.

<명텅구리>는 1924년부터 1927년까지 헛물켜기, 연애생활, 자작자급, 가정생활, 사회사업 등 소재목만 바뀌 3년에 걸쳐 연재되었다. 최명텅이 기생 옥매를 한 눈에 보고 반하면서 시작된 그들의 연애는 결혼, 취업, 육아에 이르기까지 젊은 남녀를 중심으로 한 한 가정의 에피소드가 고스란히 담겨있다. 매회 에피소드가 바뀌지만 최명텅, 옥매, 윤바람이 첫회부터 끝회까지 계속 등장하고 그들의 생활이 3년에 걸쳐 연속된다는 점은 코믹스의 문법을 그대로

로 따랐다고 할 수 있다. 〈멍텅구리〉는 식민지 조선의 코믹스에서 성공적인 사례로 남았다. 〈멍텅구리〉는 첫 등장부터 “우습고 재미있는 그림이야기”를 표방했다. 자연스럽게 기존의 만평이 담지했던 정치색은 배제되었고 확실히 웃음에 보다 큰 방점이 찍혔다. 신문의 첫 페이지가 아닌 사회·문화면에 부속된 것은 여가·오락물로서의 기능을 담당한 것이었다. 이제 만화는 1930년대로 접어들면서 대중화되는 동시에 점차 통속화되었다. 이는 문화계 내에서 만화의 저속화를 우려하거나 비판하는 자성의 목소리가 출현하게 되는 계기가 되기도 한다. 그만큼 만화는 식민지 대중에게는 매력적인 읽을거리였다.

〈멍텅구리〉에 경도된 다른 신문·잡지들도 발빠르게 코믹스 게재에 열을 올렸다. 〈동아일보〉는 외국 소설을 원작으로 한 〈허풍선이〉와 엉터리라는 캐릭터의 소년시절부터 청년에 이르기까지의 성장 에피소드를 다룬 〈엉터리〉 시리즈, 전역망의 취업도전기와 연애, 실연을 다룬 〈전역망 일대기〉 등을 내놓았다. 〈중외일보〉는 〈연애전쟁〉과 조선시대의 재담꾼인 정수동을 그린 〈정수동 일화〉를 게재했다. 특히 〈시대일보〉와 〈매일신보〉는 신여성의 연애와 결혼생활을 다룬 〈마리아의 반생〉과 〈옥경의 일생〉을 게재함으로써 우리나라 최초의 여성 캐릭터가 주인공인 코믹스를 다루었다.



〈멍텅구리〉



〈옥경의 일생〉



〈마리아의 반생〉⁹⁾

(9) 〈마리아의 반생〉, 〈시대일보〉, 1925.12.19. 51회.

이처럼 1920년대 들어 장편연재코믹스가 등장할 수 있었던 것은 인쇄기술과 유통과 같은 물적 토대도 바탕이 되었지만, 무엇보다 “우스운 것”을 표방한 장르가 오락이나 여가의 일종으로 대중들 사이에서 향유될 수 있었던 문화적 토대 역시 수면 위로 부상하기 시작했기에 가능했다. 중산층, 지식인, 청년들을 중심으로 근대적 여가와 오락을 향유하고자 하는 주체들의 욕망이 서서히 형성되었고, 이것이 신문, 잡지의 담론을 통해 구체화되었다. 구매할 수 있는 경제력이 동반된 이들을 독자로 확보하기 위한 저널리즘의 노력은 코믹스에까지 미쳤던 것이다. 결국 이는 코믹스의 캐릭터와 소재를 결정하는 주요한 요소로 작용했다. 바로 모던보이와 모던걸, 혹은 도시 중산층을 중심으로 한 연애와 가정생활이 바로 이 시대 코믹스의 가장 흔한 에피소드였다.

〈명텅구리〉의 최명텅은 시골에 계신 부모가 보내준 돈으로 생활하며 도시 경성의 근대적 문화를 향유하는 모던보이이자 경성의 산책자다. 그가 거니는 경성을 쫓아가 보면 그는 자동차를 타고 호텔 요리집에 가서 서양요리를 시키고, 극장에 가서 활동사진을 보며 영화에 대한 꿈을 키운다. 자신이 사랑하는 여자인 옥매를 위해 기꺼이 전차를 타고 유명하다는 포도주를 구해오고, 맛있는 계장을 구하기 위해 파주 장단을 찾아간다. 또한 칼표 담배를 구하기 위해 안동현까지 가는 정성을 보인다. 그의 행위는 단순히 물건을 소비하는 데 그치지 않는다. 어디 브랜드의 어떤 제품을 구하기 위해 먼 여정을 떠나는 최명텅의 일상은 취향을 소비하는 근대인의 모습을 고스란히 담고 있다. 이후 결혼생활 도중 세계일주를 떠나는 최명텅의 모습 역시 단순히 모험을 의미하지 않는다. 그의 모험은 조선을 벗어나서 세계지도 속에서 조선을 바라보고 타자를 통해 민족적 현실을 인식하게 만든다.

한편 여성캐릭터의 등장도 주목할 만하다. 〈옥경의 일생〉과 〈마리아의 반생〉은 신여성을 주인공으로 그들의 연애와 결혼생활 에피소드가 연재되었다. 남성캐릭터인 〈명텅구리〉와 다른 점은 이들 작품은 연애와 결혼생활에 대한 신여성의 이상과 현실 사이의 간극을 드러내고 있다는 것이다. 1920년대에 들어서자마자 자유연애가 열풍을 일으켰다. 자유연애에 이은 결혼에서도 기존의 가부장적 질서를 벗어나 신혼부부를 중심으로 한 소가정을 향한 열망을 드러냈다. 이것들은 마치 청년들의 특권인양 소비하고 실천하고자 했지만, 현실은 여전히 공고히 뿌리박힌 가부장적 질서에서 벗어나기 힘들었다.

특히 그것이 여성이라면 자유연애와 소가정은 신기루에 가까울 정도로 실현되기 어려운 일이었다. 다만 이것이 여성의 관점에서 그려졌다면 여성해방 운동에 본보기가 되었겠지만, 현실은 정반대였다. 여성캐릭터가 등장하지만 철저히 남성중심적 사고에서 그려진 이들 만화는, 신여성은 과장되고 왜곡된 풍자의 대상으로 여겨졌다. 〈마리아의 반생〉의 마리아는 학교를 다니고 단발머리를 한 신여성이다. 그녀는 결혼을 앞두고 부친을 졸라 피아노와 양옥집을 얻어준다는 승낙을 받는다. 또한 결혼 후에는 “신식여자가 밥을 짓다니요?”라며 남편에게 밥을 지을 것을 종용한다. 이내 남편은 “게으름만 배우고 (신식여자는) 머리(장식)만

할 줄 알지 아무 것도 모른다”며 괴로워한다. 〈마리아의 반생〉에서 그녀는 가정을 이룬 책임감과 주체적인 여성의 모습이기 보다는 폐쇄적 사치하며 게으른 모습으로 일관해 그려진다. 가부장적 질서 안에 갇혀버린 신여성의 이미지는 조롱과 비하의 대상이 되어야 했다. 코믹스가 웃음을 표방한 만큼 작품 안에서 무엇을 풍자하고 어떻게 형상하느냐는 결국 당대 사회의 웃음이 어디에서 기인하는지 파악할 수 있는 주요한 지표가 된다. 〈멍텅구리〉와 〈마리아의 반생〉처럼 코믹스에서 근대적 문물의 수혜를 입은 모던보이와 모던걸은 되려 우스꽝스러운 인간형으로 재현되고, 가부장적 질서를 흔드는 연애와 결혼생활 역시 부정적으로 그려진다. 식민지 조선인들은 서서히 부정당하며 사라지는 기존의 가치관과 그것을 잠식시키는 근대에 대한 두려움과 동경이 뒤섞여진 풍경을 부정적 이미지로 전복시킴으로써 통쾌를 느꼈던 것은 아닐까. 이것이 바로 식민지 조선인들을 불안감에서 해방시키고 웃게 만든 한국형 코믹스였다.

4. 만문만화 : 문예 속에 피어난 만화

최근에는 보기 드물지만 식민지 시대를 풍미했던 만화 가운데 만문만화(漫文漫畵)가 있다. 만문만화는 일본의 “만화만문(漫畵漫文)”에서 시작되었다. 1912년 아사히신문사에 입사한 오카모토 잇페이(岡本一平)가 탐방만화와 풍속 스케치를 그리면서 재치 있는 단문(短文)을 덧붙인 것이 만화만문의 시작이었다.⁽¹⁰⁾ 말 그대로 만문(漫文)과 만화(漫畵)가 한 컷 안에 구현되는 형식이다. 이때 만문은 결코 무겁지 않은 글이 되 어느 정도의 문장력을 갖춘 것이 좋다. 나쓰메 소세키가 오카모토 잇페이의 만문만화를 보고 격찬을 한 것은 만문만화에 드러난 잇페이의 문장력 때문이었다. 만문의 길이 또한 너무 길어서도, 너무 짧아서도 안 된다. 1930년대 〈조선일보〉의 신춘문예 모집 공고에 등장한 만문만화의 길이는 “...시사, 시대, 풍조를 소재로 하되, 글은 1행 14자 50행 이내”⁽¹¹⁾ 였다.

만문만화는 석영 안석주가 1920년대 신문에 “만문만화”라는 표제로 게재한 것이 식민지 조선에서의 시작이었다. 그러나 안석영이 차츰 영화나 다른 매체로 눈을 돌리게 되면서 이후에는 현인이나 최영수, 김규택에 의해 명맥이 이어졌다. 만문만화는 1920년대 말에서 1930년대 신문 지면에 집중적으로 게재되었으며, 식민지 시기에 등장했던 독특한 형태의 만화로 남아있다.

(10) 시미즈 이사오, 『일본만화의 역사』, 신한미디어, 2001, 127-129쪽.

(11) 〈조선일보〉, 1930.12.7.

안석영 만문만화⁽¹²⁾현인 만문만화⁽¹³⁾

“예리하고 풍자적이기는 하지만 심하게 불쾌하지 않고, 잔혹하지 않은” 만문만화는 직설적이고 본격적인 사회 비판이 불가능해진 상황에서 태어났다.⁽¹⁴⁾ 그래서인지 주로 모던보이, 모던걸, 지식인 및 부부에 이르기까지 도시 경성에서 흔히 볼 수 있는 일상의 풍경이나 여행지에서의 스케치, 간단한 감상과 소감, 인생에 관한 짧은 견해 등 주로 수필식의 감각을 표현한다. 안석영의 만문만화는 양장 스타일을 한 모던 부부가 아이의 손을 잡고 걸어가고 있다. 그런데 모던한 부부는 아이의 스텝에 맞춰 걸으면 답답하기도 하고 품이 나지 않기에 아예 아이의 두 손을 잡고 변칙 들어 걸어가고 있다. 이에 석영은 이 모습이 마치 오리장수가 오리 다리를 잡고 들고 가는 모양새와 비슷하다며 비꼬고 있다. 코믹스가 에피소드를 재현함으로써 모던을 지향하는 이들의 생활을 풍자했다면, 석영의 만문만화는 단 한 컷을 통해 압축적으로 제시한다.

현인의 「거리의 실업자」는 도시 경성을 활보하며 직장을 구하는 실업자의 일상을 스케치했다. 서구식 교육을 받아 인텔리 소리를 들으며 양풍의 정장을 입었지만 현실은 실업자로 궁색함을 면할 수 없다. 비록 근대 문물의 수혜는 입었지만, 정작 자신들이 근대화된 도시 문화를 향유하기에는 식민지에 처한 현실이 가혹하다. 1930년대 초입의 만문만화는 주로 ‘실업’을 주제로 한다. 일본은 관동대지진 이후 막대한 복구비용에 허덕이다가 쇼와공황 사태까지 맞이했다. 일본 경제가 악화일로에 빠지자 이는 조선에도 영향을 미쳐 경제불황과 실업문제가 부상했다. 가뜰이나 차별과 수탈이 만연해 있었는데, 여기에 경제불황까지 겹친 것이다. 1920년을 전후로 늘어난 학구열로 인텔리 수업은 받았으나, 취업을 할 수 없어 실업자 신세를 면치 못하는 룸펜은 오늘도 거리에서 하루를 보낼 수밖에 없다. 거리의 부랑자가 자신에게 돈을 달라고하지만 동정은커녕 오히려 자신보다 낫다며 자조하는 인텔리 룸펜의 이야기

(12) 안석영, 「어린애도 수」, 〈조선일보〉, 1934.5.7.

(13) 현인, 「나보다 有産者」, 〈중외일보〉, 1930.9.10.

(14) 신명직, 「모던보이, 경성을 거닐다」, 현실문화연구, 2003, 9-10쪽.

는 비참함을 느낄 여유조차 없다.

이처럼 만문만화는 가벼운 듯 보이지만 그 안에 담고 있는 촌철살인의 풍자성은 만평의 날카로움 못지않다. 안석영이 아이를 마치 사치품 다루듯 하는 젊은 모던 부부의 모습에서 아이를 “수작품(手捉品)”이라고 한 비유는 그림만으로는 제시하기 힘든 상황의 절묘함을 글을 통해 잘 표현해 낸 것이다. 그림과 글의 절합이 만평이나 코믹스보다 더욱 효과적으로 맞아 떨어지는 것이 바로 만문만화이다.

5. 맺음말 : 만화로 세상을 본다는 것

만화는 오래전부터 불량하다는 편견으로부터 자유롭지 못했다. 이는 우리나라의 만화산업이 최고의 문화자산으로 부각되고 웹툰 강국으로 부상해 다른 나라가 우러러보고 있는 현재에도 여전하다. 도서관에 우수한 어린이 만화는커녕 학습만화를 비치하는 것조차 학부모들의 항의로 쉽지 않다는 것이 현장의 목소리다. 그렇다면 만화는 애당초 불량한 매체일까? 만화 연구는 늘 이런 질문으로부터 자유롭지 못하다.

본고에서는 한국에서 만화가 어떻게 시작되었으며 전개되었는지 고찰했다. 1900년을 전후한 시기부터 식민지가 끝나는 1945년까지의 시기동안 어떠한 만화들이 등장하고 정착했는지에 대해 살펴보았다. 크게는 만평, 코믹스, 만문만화의 형식을 통해 이 시기의 만화들의 특성도 언급했다. 여기에서 언급한 만화가 전부는 아니지만, 한 가지 확실한 것은 만화는 불량한 것에서부터 시작되지 않았다는 점이다. 물론 만화가 불량하다는 시선은 우리나라만의 일은 아니다. 서구에서 전단지 형태로 만화가 뿌려질 때에도 정치적 입장에 따라서 불량하다는 굴레를 덧씌우기도 했다. 또한 <옐로우 키드>류의 코믹스가 성행할 때도 상업성으로 인해 점점 저급해지는 만화계를 우려하는 목소리가 나오기도 했다. 하지만 본질적으로 만화는 소설이나 영화가 그런 것처럼 이 세상을 바라보는 또 다른 방식의 매체일 뿐이다. 만화의 불량성은 시대가 담지한 헤게모니에 의해 덧씌워진 산물일 가능성이 더 크다.

식민지 시기에도 만화의 저급함에 대한 불만의 목소리가 있었다. 아래는 <명텅구리>가 한참 게재 중이던 1926년 『개벽』에 게재된 글의 일부이다.

조선일보는 작년에 정간처분을 받고 경무국에 가서 온갖 추파를 건디여가며 사회주의자를 모라내고 근근히 해정된 후에는 급작히 예능무쌍하야 세간의 비난조차 업지안엇든바 최근에 지하야 그의 태도는 더욱이 묵인치 못할 바가 일이에 불지한중 장편의 만화 명텅구리를 연재하야 아모 의미도 업는 단순히 우습거리의 만화 그것을 가지고 무지한 계급의 까닭모를 환심을

바다가면서 내가 천하의 제일이라는 듯이 활동사진 영사까지 해가며 세간의 인기를 끌고저하고있음은 최근의 사실이 그를 충분히 증명하기에 족하다...(생략)…。(『조선일보와 명텅구리』, 『개벽』, 1926년 2월호.)

〈명텅구리〉는 조선일보의 기획에 의해 활동사진까지 영사하긴 했지만, 확실히 세간의 이목을 집중시키는 데는 성공했다. 사실 이 글의 비난이 〈명텅구리〉에만 향해있는 것은 아니다. 저자는 〈조선일보〉의 일련의 행태에 대한 비판을 하는 중에 〈명텅구리〉를 언급하고 있다. 〈명텅구리〉가 단순한 웃음을 통해 무지한 계급의 환심을 산다는 것이다. 이 행간에는 〈명텅구리〉가 아무런 의미 없는 웃음을 유발한다는 점과 그것은 대중의 계몽을 실현하는 데 아무 쓸모가 없다는 점이 전제되어 있다. 직접적인 비판은 아니지만 당대 지식인들이 생각하는 만화에 대한 생각, 혹은 더 나아가 웃음에 대한 인식이 그리 좋은 것만은 아니었다는 점을 방증해준다. 만화가 불량한 것이 아니라 웃음이 불경하다는 생각이 뿌리 깊은 사회에서 만화는 어쩌면 성장하는 데 있어 한계를 지닐 수밖에 없을 지도 모른다.

그럼에도 불구하고 식민지기에 만화가 전개될 수 있었던 것은 역시나 만화 속에 담지한 “웃음”이 대중들의 요구에 부응했기 때문일 것이다. 특히 식민지라는 특수한 상황에서 노골적이고 날카로운 비판이 성립되지 못한 시대에 만평과 만문만화는 우회적인 풍자로 식민지인의 울분과 강개를 토할 수 있는 좋은 도구였다. 또한 문맹률이 높은 상황에서 글이 전달하지 못하는 한계를 만화는 극복할 수 있었다. 만화는 단순한 그림이 아니라 웃음을 가미했기에 대중에게 더욱 친근하게 다가갈 수 있었다. 특별한 기술이 필요하지도 않으며 빠른 시간 내에 완성할 수 있고 많은 자본이 필요한 것도 아니었다. 식민지기에 만화로 세상을 본다는 것은 자유롭게 웃을 수 없는 시대에 웃을 수 있는 대중의 오락물이자 안식처였을지도 모른다.

참고문헌

- 〈동아일보〉, 〈조선일보〉, 〈시대일보〉, 〈중외일보〉, 〈연합뉴스〉, 『동명』, 『개벽』
- 로저 새빈, 『만화의 역사』, 글논그림발, 2002.
- 박현호, 「문화정치가 신문의 위상과 만-검열의 내적논리-1920년대 민간지를 중심으로」, 『대동문화연구』 50호, 대동문화연구원, 2005.
- 시미즈 이사오, 『일본만화의 역사』, 신한미디어, 2001.
- 신명직, 『모던보이, 경성을 거닐다』, 현실문화연구, 2003.

현대(1945~1988) 잡지를 통해 본 만화 : 잡지와 만화, 그리고 만화잡지

03

들어가며

1907년 이도영의 ‘삽화(插畵)’로부터 출발한 한국 현대만화는 꽃을 피우기도 전에 일제 식민지배 아래 굴곡된 시간들을 경험할 수밖에 없었다. 특히 일제 말기에 자행된 우리말 사용에 대한 억압은 여러 매체의 탄압으로 이어지고 그것은 알게 모르게 만화에도 적용되어 일종의 단절을 경험하기에 이른다. 그렇게 고통의 시간을 통과한 뒤 맞이하게 된 해방은 우리 민족 스스로 생각하고, 그 생각한 바를 온전히 자신의 의지로 표현할 수 있게 된 것을 의미하는 것이기도 했다. 이어진 각종 매체의 등장 속에서 한국 만화는 새로운 발전과 성장의 기틀을 마련하게 된다. 그 속에서 잡지와 만화의 조우는 필연적이라고 할 만큼 서로에게 자양분이 되어주면서 이후 수십 년간 밀접한 관계를 이어왔다. 즉, 여성지, 교양지, 학생잡지 등 어떤 분야 혹은 어떤 연령대의 잡지에서라도 만화가 빠질 수는 없었고, 만화 역시 잡지를 통해서 우리 시대를 대표하는 대중문화로 자리 잡아가게 된다. 그러니 해방 이후 온전히 하나의 세대(世代)가 만들어지는 시간 동안 만화와 잡지는 그야말로 동반자적 관계로 운명을 함께 해왔다 할 수 있으리라. 이제 그 성장의 시간들을 돌아보는 자리를 마련해본다.

여명기: 1945~1949

해방은 우리 사회 다양한 분야에 걸쳐 많은 변화를 불러왔다. 그 가운데에서도 독립 국가에게 주어진 언론과 출판의 자유는 순식간에 여러 매체를 선보이게 만드는 원

동력으로 작용했다. 식민지배 기간 동안 강압적으로 막혀있어야 했던 표현에 대한 욕구가 일순간에 분출된 것이다. 만화 또한 마찬가지여서 여러 신문과 잡지에 우리의 생각을 담은 작품들을 보여주기 시작한다. 가령, 신문에서는 해방공간의 혼란스러운 현실을 풍자한 시사만화뿐만 아니라 어린이들을 위한 작품도 함께 발표되면서 내용과 형식에서 다양성을 확보해 나갔다. 이러한 과정을 통해 만화는 신문에서 고정지면을 가지게 되었으며, 해외에서 수입한 작품도 선보였다. 이처럼 만화가 ‘고정콘텐츠’로 자리 잡은 것은 잡지에서도 마찬가지였다. 그 가운데서도 <만화행진>, <만화뉴스> 등은 그 이름만으로 만화가 핵심이 되는 매체임을 보여준다. 이는 곧 한국 만화잡지 역사의 출발을 알리는 것이기도 하다.

만화행진

1948년에 창간됐다. 발행인은 박성환이며, 발행사는 ‘청려사’다. 수필가 김소운과 만화가 김용환이 주축이 되었고, 특히 창간에 앞서 발행사 후원으로 전국의 만화가를 모집해 모임이 만들어지기도 했다. 시사만화가 주로 발표되었고, 그에 따라 성인독자를 핵심 타깃으로 삼았다. 김규택, 신동현, 임동은, 이병주, 김의환 등 초기 한국 만화사를 이끈 대표적인 작가들이 대거 작품을 선보였고, 김용환의 대표적인 캐릭터 ‘코주부’가 등장했으며, 그 외 캐리커처, 소설 등이 실렸다. ‘해방 이후 최초의 만화전문지’라는 역사적 의미를 지닌다. 3호 발간을 준비하던 중 표지에 그린 그림이 문제가 되어 폐간에 이른 것으로 알려져 있다.

만화뉴스

‘만화로 이루어진 주간지’라는 특징을 지니면서 신문의 성격도 보여주는 매체다. 1949년 3월에 창간되었으며, 김용환이 발행인으로 활약했다. 특히, 이 잡지에 대한 기록은 발행부수에 있어서 기념비적이다. 이에 대해 김성환은 “최고 7만 5천부를 찍는 등 ‘주간지의 왕자’로 군림”⁽¹⁾⁽²⁾ 했다고 밝힌 바 있다. 한편, 발행의 주축이었던 김용환이 독립하여 새로운 매체 <만화신문>을 창간하면서 경쟁이 붙었고, 한국 전쟁의 발발과 함께 폐간의 수순을 밟게 된다.

<만화행진>과 <만화뉴스>에서는 특히 시사만화가 핵심적인 콘텐츠로 자리 잡고 있는데, 이

(1) <한국만화통사-하>(손상익, 시공사) 28p에서 재인용하였다.

(2) 1974년 한국아동만화가협회에 발간한 <한국만화선집>(8p)에서는 “만화행진 다음으로 나온 만화잡지로는 김용환 씨와 상공일보 간부였던 송태식 씨가 공동으로 발행한 주간지 ‘만화뉴스’였는데 여기에는 김용환, 김의환 씨와 신인으로 김성환, 신동현 씨, 동양화가 이영춘 씨가 그림을 맡아하여 4만 5천부라는 해방 후 주간지 최고 부수를 돌파하여 우리나라 만화계가 가장 활발해진 계기가 되었다.”고 밝히고 있어서 구체적인 발행부수에 대해서는 차이가 있다. 다만, 당대 최고의 인기를 구가했던 잡지라는 사실은 명확해 보인다.

는 당대 잡지만화의 역할이 사회적 문제에 대해서도 발언을 높이는 매체였음을 짐작하게 한다. 즉, 해방공간에서 만화가 현실 참여에 대해 일정한 목소리를 내고 있었다는 사실을 통해, 만화의 역할이 신문이나 잡지의 모양새를 위해 그저 형식적으로 존재하는 것이 아니라 만화 스스로 일종의 언론으로서 기능을 하고 있었음을 확인시켜 준다. 더욱이 〈만화뉴스〉의 발행부수는 이와 같은 만화의 사회적 역할에 대한 독자들의 기대치 역시 높았음을 짐작케 하는 대목이다.

한편, 〈만화행진〉과 〈만화뉴스〉가 시사만화를 통해 만화전문지 시대를 열었다고 한다면, 〈소학생〉, 〈신태양〉 등은 대중잡지 속에서 만화의 자리매김을 반영해 보인다. 즉, 텍스트 가득한 잡지 안에서 이미지 연출로 잡지의 재미를 배가시키는 만화 장르 특유의 유연함을 보여주기 시작한 것이다. 당시 이러한 흐름에 대해 1974년에 발간된 〈한국만화선집〉에서는 “해방 직후부터 6.25동란 전까지의 있었던 아동물 월간 잡지로는 〈소학생〉, 〈소녀〉, 〈진달래〉, 〈어린이나라〉, 〈새동무〉 등이 있었는데, 〈소학생〉에는 김의환 씨가 그림을 맡아그렸고, 다른 잡지에는 임동은, 김규택 씨 등이 그렸었다. 성인층 대중지인 〈신인〉에는 김용환 씨가 담당하고 있었다.”고 적고 있다.

소학생

조선아동문화협회가 1946년 2월에 창간한 어린이잡지다. 창간 당시에는 주간 발행이었기 때문에 우리나라 최초의 주간아동잡지라는 의의도 지니고 있다. 1947년부터 월간으로 바뀌었다. 동시, 소설, 속담풀이, 기획기사 등 다양한 콘텐츠가 선보이는 가운데 김의환, 김규택, 이영춘 등의 만화가 등장했으며, 정현웅, 김기창 등의 만화가들도 삽화와 표지 등에 참여했다.

신태양

1949년 3월에 창간되어 1959년 6월에 폐간될 때까지 10년간 장수한 잡지다. 특히, 한국 전쟁 기간 동안 휴간되었다가 1954년에 복간될 만큼 대중들에게 널리 사랑을 받았다. 성인교양지 성격을 지니고 있어서 소설, 수필, 시사문제를 다룬 기사 등과 함께 만화도 발표되었다. 김기율, 김용환, 김성환, 안의섭, 이병주, 신동헌 등 당대 유명한 작가들이 대거 활동했는데, 김성환의 〈고바우영감〉, 김기율의 〈독주회〉, 신동헌의 〈곡예사〉 등을 대표작으로 꼽을 수 있다.

태동기: 1950~1959

1950년대는 동족상잔의 비극과 함께 시작되었다. 전쟁의 포화 속에서 먹고 사는 것조차 어려웠던 시기였던 만큼 만화는 어쩌면 사치스러운 유희였을 수도 있으리라. 하지만, 반대로 생각해 보면 힘들고 어려운 때일수록 만화는 많은 이들에게 위안과 힘이 될 수 있었다. 그래서였을까. 한국전쟁 기간에도 잡지는 태어났고, 그 속에서 만화의 모습 또한 꾸준히 등장했다. ‘고바우’로 유명한 만화가 김성환은 그 시절에 대해 다음처럼 회고한다.

“6.25 사변이 어느덧 한 고비를 넘겨 휴전회담이 한참 진행 중이었고, 출판계도 점차로 제 위치로 되돌아가기 시작하여, 몇몇 잡지에 기고하여 그것으로 생활은 할 수 있었고, 타블로이드판으로 나오던 신문들도 환도와 함께 배판(倍版)으로 나오기 시작하였다.(중략)

나는 자리를 떠나 명동의 모나리자 다방으로 발을 옮겼다. 모나리자엔 문인, 화가, 기자, 평론가들로 득실거리고 있었다. 자주 만나는 화가로는 이중섭, 김환기, 박고석 화백이 있었다. 그리고 모든 원고 연락 관계는 그 다방이나 바로 건너편 몽블랑 다방에만 나가면 쉽사리 연락이 되었다. 어느 구석을 보아도 신문과 잡지의 원고 청탁을 하러 온 기자가 아니면 필자들뿐이다.

얼마 전부터 대구, 부산에서 창간된 〈희망〉, 〈신태양〉, 〈학원〉, 〈소년세계〉 잡지는 환도하였고, 나도 피난지 시절부터 연재하던 만화를 이곳 두 곳의 다방에 맡기면 일은 끝나는 것이었다.”⁽³⁾

즉, 전쟁 중에도 잡지의 발행은 이어졌고, 이를 통해 만화가들의 활동 역시 쉽 없이 계속되고 있었음을 확인할 수 있다. 그것은 또한 여러 잡지에서 만화가 지속적으로 발표되고 있었음을 말해주는 것이다.

당시 등장했던 잡지 가운데 〈희망〉, 〈신태양〉 등이 전쟁 이전에 창간되어 전쟁 속에서도 명맥을 이어나간 잡지라고 한다면, 〈소년세계〉 등은 전쟁의 포화 속에서 창간된 잡지라서 더욱 눈길을 모은다. 〈소년세계〉 외에도 전쟁 중에 창간된 잡지는 〈학원〉, 〈만화만문전람회〉, 〈만화천국〉, 〈새벗〉 등 여럿을 꼽을 수 있다.

소년세계

전쟁이 한창 진행 중이던 1952년 7월 피난지 대구에서 창간된 어린이 잡지다. 전쟁이 끝나고

(3) 〈고바우와 함께 산 半生〉(김성환, 열화당, 5~6p) 중에서 인용하였다.

나서도 한참동안 발행되다가 1956년 9월에 폐간된 것으로 알려져 있다. 창간호를 살펴보면, 이 원수, 김소운 등 아동문학가들이 중심이 되어 동시, 연재소설, 동화 등을 발표했으며, 김용환과 김성환이 ‘수함의 모험’, ‘즐거운 우리학교 점심시간’이라는 만화를 선보였다.

학원

1952년 11월에 창간된 청소년 교양지로서 청소년잡지의 선구자로 거론되고는 한다. “6·25전쟁과 그 뒤의 혼란한 시기에 대중매체가 거의 없을 당시 청소년들의 정서순화와 학습활동, 여가 선용 등에 크게 이바지한 이 잡지는 장안의 종이 가격을 올릴 정도로 크게 환영을 받다 당시로서는 상상할 수도 없는 많은 부수(10만 부)로 확장되었다.”⁽⁴⁾고 평가를 받고 있다.

이 잡지를 통해 연재된 만화 가운데 특별히 거론할 필요가 있는 두드러진 작품이 있으니 김용환의 〈코주부 삼국지〉, 그리고 김성환의 〈꺼꾸리군 장다리군〉이 그것이다. 〈코주부 삼국지〉의 경우, 수년에 걸쳐 장편으로 연재되었는데, 이처럼 만화가 잡지에 수년간 연재된 것은 이 작품이 거의 시초인 셈이다. 그 인기에 대해서는 다음처럼 묘사된 바 있다.

“연재물 중에 정비석의 〈홍길동전〉과 김용환의 〈코주부 삼국지〉는 단연 인기였다. 그때까지 잡지에 소설은 연재되는 것이 있었지만 장편만화를 몇 년에 걸쳐 연재한 것은 〈코주부 삼국지〉가 처음이요, 〈학원〉이 처음이었다. 그것은 마치 라디오만 있던 세상에 TV가 나타난 만큼이나 독자들을 흥분시켰다. 〈삼국지〉를 영화로 보듯 그림으로 볼 수 있었으니 그 기획은 단연 히트였다. 넓고 넓은 중원(中原)천지를 누가 잡느냐 잃느냐 하는 파란만장한 영웅 호걸들의 이야기를 매달 10면씩 연속 흡연을 치다시피하고 나갔으니, 잡지를 사면 누구나 맨 먼저 〈코주부 삼국지〉부터 읽게 되었다. 그것은 열독(熱讀)이었고 열광이었다. 오락이라고는 아무 것도 없던 피난시절의 소년소녀들에게 이것은 하나의 큰 선물이었다.”⁽⁵⁾

한편, 김성환의 〈꺼꾸리군 장다리군〉역시 많은 인기를 모았다. 전쟁 기간 동안 연재되었는데, 발표된 지 이십여 년이 지난 1977년에 영화로도 옮겨졌다는 사실에서 그 인기를 확인할 수 있다. 특히, 김성환은 1951년 피난지에서서 성인만화잡지인 〈만화만문전람회〉, 〈만화천국〉 등의 발행을 주도하면서 초기 만화잡지 역사의 주요한 역할을 담당하기도 했다.

새벗

1952년 1월 부산에서 창간됐다. 이후 휴간이 있었지만 50여 년 명맥을 이어오며 우리나라 어린이 잡지의 대명사로 자리매김했다. 기독교계열 잡지이지만 종교적인 색채보다 어린이 종합 교양지 성격이 강했으며, 덕분에 기사와 함께 연재만화가 실릴 수 있었던 것으로 보인다. 창간 초기 김성환, 김용환, 박기정, 신동헌 등이 만화와 삽화를 선보였다.

(4) 네이버 지식백과 - 한국민족문화대백과(한국학중앙연구원) <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=532176&cid=46668&categoryId=46668> 에서 인용하였다.

(5) 네이버 지식백과 - 한국잡지백년3(현암사, 최덕교) <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2211954&cid=42192&categoryId=51076> 에서 인용하였다.

한편, 〈만화승리〉, 〈사병만화〉, 〈육군화보〉 등과 같이 군 기관에서도 만화를 활용한 잡지를 선보였다. 이러한 군 기관지에 자주 작품을 선보였던 김성환은 당시를 다음과 같이 기억한다.

“1.4 후퇴를 눈앞에 두고 조각가 윤효중(尹孝重)씨와 종군기자 박성환(朴聖煥) 씨가 주동이 되어 주간 〈만화신보〉를 발행했는데, 만화는 필자가 도맡아서 그렸다. 피난지 대구에서도 무난히 발행을 거듭했고 필자 등 다른 만화가들은 뿔뿔히 흩어져 군기관의 기관지에 가담하기도 하고, 또는 일본에 있는 유엔군 사령부로 가기도 했다. 수도가 부산에서 자리잡고 안정되어 갔으나 여전히 일간신문에선 만화를 소홀히하고 있었다. 〈만화승리〉는 국방부서 발행한 주간지였는데 필자와 이상호(李相昊), 고상영(高尚榮) 씨 등이 주로 만화를 담당했을 뿐만 아니라 나중에 가선 편집까지 했다. (중략) 필자는 〈만화승리〉에 이어 육본(陸本) 정훈감 실서 나오던 사병만화지(士兵漫畵誌)의 일을 보며 때때로 〈대구매일신문〉에 시사만화를 그리기도 했다.(후략)”⁽⁶⁾

이러한 회고담은 한국전쟁 당시 군에서도 만화를 주요한 홍보수단으로 여기고, 정기적으로 만화잡지까지 발행했다는 사실을 확인시켜준다.

한편, 종전과 함께 새로운 매체의 등장이 다시 줄을 잇는다. 폐허 속에서 나타난 신규 매체들은 독자적인 콘셉트를 갖춘 만화전문지 모습을 보이면서 힘들고 지친 이들에게 희망을 선사한다. 가령, 소년지는 어린이를 대상으로 한 어린이만화잡지로, 그리고 성인을 대상으로 한 대중지는 학생, 여성 등으로 독자 연령대와 성별을 최적화 하면서 시장 세분화의 길을 걷는다. 물론 매체들마다 만화를 위한 지면은 준비되어 있었다.

아리랑

1955년에 창간된 성인잡지다. 대중소설과 해외 연예인 기사 등을 선보이며 오락성 강한 대중지의 특성을 보였다. 그와 같은 잡지의 특성 만큼이나 만화에도 많은 지면을 할애하여 김용환, 김성환, 신동현 등 당대 대표적인 만화가들의 작품이 실렸다. 특히, 만화공모전을 개최해 신인작가의 등용문이 되기도 했는데, 이 잡지를 통해 첫 선을 보인 대표적인 만화가로서 박수동, 윤승운, 신문수 등을 꼽을 수 있다.

야담

〈아리랑〉과 같은 해에 등장하면서 성인대중지 시장의 폭을 넓힌 잡지다. 연예인 화

(6) 〈고바우와 함께 산 半生〉(김성환, 열화당) 244~245p 에서 인용하였다.

보, 풍속 기사 등을 주로 선보였으며, 연애소설과 함께 만화도 꾸준히 등장했다. 신동현의 〈허생전〉, 김용환의 〈옥루몽〉, 안의섭의 〈홍길동 전〉 등 전통소설을 재해석한 만화들이 자주 등장했다.

여원

1955년 10월에 창간됐다. 여성독자층을 핵심타깃으로 삼은 최초의 여성대중지라 할 수 있다. 1970년에 폐간을 맞이할 때까지 많은 독자들에게 사랑을 받으면서, 김성환의 〈미스 피꼬리〉, 신동현의 〈올드 미쓰 매대기〉 등과 같이 여성 캐릭터를 주인공으로 삼은 만화를 주로 선보였다. 특히, 정운경의 〈왈순 아지매〉는 이 잡지를 통해 선을 보인 후 신문으로 자리를 옮겨가 40여 년간 장수하며 한국을 대표하는 만화 캐릭터로 자리매김한다.

만화세계

휴전 이후 만화전문지 시대의 출발을 알린 매체다. 아동층을 주 독자층으로 삼아 1956년에 창간되어 1963년에 폐간됐다. 김경언, 김기울, 박광현, 박기당, 김종래 등 당대 손꼽히는 만화가들이 연재작품을 선보였으며, 독자들을 대상으로 한 현상공모도 진행했다. 또한, 연재작품을 모아 단행본으로 출간하는 특화된 출판시스템도 보여주었다.

만화학생

1956년에 창간되어 〈만화세계〉와 함께 만화전문지 시대를 개척한 매체다. 〈만화세계〉와의 내용상 차이점이 있다면 만화뿐만 아니라 탐정, SF, 모험 등 다양한 장르의 소설도 연재된 점이라 할 수 있다. 박기당, 김기울, 추동성, 김종래, 이정문 등이 작품을 선보였다.

7천국

1957년 9월에 첫 선을 보인 것으로 알려져 있으며 1961년에 폐간됐다. 김종래, 박기당, 김정파, 방영진 등이 어린이층을 대상으로 하는 작품들을 선보였다.

만화천지

1956년에 창간됐다. 아동을 대상으로 한 만화전문지 창간이 줄을 잇던 당시 출판 흐름 속에서 성인층을 주요 타깃으로 삼아 시장차별화를 꾀했다. 김성환, 김용환, 정운경, 신동현, 김기울 등이 작품을 선보였으며, 특히 장르와 형식적인 측면에서 시사만화, 풍자, 카툰, 네칸만화 등을 통해 다양성을 확보했다.

이처럼 1950년대 후반에는 성인지 시장에서 만화의 역할이 증대되는 한편 여러 만화전문지가 비슷한 시기에 한꺼번에 등장함으로써 부흥의 전기를 마련한다. 하지만, 1950년대 후반에 등장한 만화전문지들은 1960년대 초에 대부분 자취를 감추게 되는데, 이는 1960년대부터 전국적으로 이뤄진 대본소의 확장과 무관치 않아보인다.

성장기: 1960~1969

1960년대는 만화와 관련된 잡지 출간에 있어서 몇 가지 특징을 보인다. 우선, 어린이대상 종합교양지의 부흥을 꼽을 수 있다. 특히, 〈새소년〉, 〈어깨동무〉, 〈소년중앙〉으로 대표되는 1960년대 이른바 '3대 어린이잡지'는 1970년대를 거쳐 1980, 90년대까지 장수한다. 또한, 성인만화잡지의 쇠퇴를 꼽을 수 있다. 특히 해방 이후부터 이어져온 시사풍자만화잡지는 찾아보기 힘들 지경에 이르는데, 이는 경제발전 일변도의 정치사회적 환경과 무관치 않아 보인다. 특히, 만화를 어린이나 보거나 킬링타임용 장르로 평가절하 되는 사회적 환경에 대해 성인만화잡지 쇠퇴와 불가분의 관계에 있는 것으로 다음처럼 분석하기도 한다.

“1960년대 만화잡지 시장의 특징은 두 가지로 들 수 있다. 하나는 만화방의 전국적 확산으로 인한 만화잡지의 폐간이다. 만화방을 대상으로 한 만화전문출판사와 유통을 담당하는 총판이 생겨나면서 이른바 대본소 체제가 형성되었다. 〈만화세계〉, 〈만화소년소녀〉와 같은 만화잡지들은 싼값에 대량 제작된 대본소 만화에 밀려 폐간하게 되었다. 1960년대의 또 다른 특징은 성인만화잡지가 쇠퇴했다는 점이다. 1961년 〈월간만화타임즈〉와 1965년 〈주간만화〉가 창간되었지만 성인독자의 주목을 받지 못하고 폐간되었다. 성인만화잡지에 대한 시도는 1970년대에 〈만화시대〉와 〈만화춘추〉로 이어졌지만 실패했다. 성인만화잡지의 실패 이유는 만화가 아이들이나 보는 것으로 인식되었기 때문이고, 또 다른 이유는 성인들의 수준에 맞는 본격적인 성인만화를 시도하지 않았기 때문으로 보인다.”⁽⁷⁾

이러한 흐름 속에서 만화는 만화전문잡지 시대의 막을 내리고 한동안 교양지 혹은 대중지 속에 감초 역할로 은둔하게 된다. 그러한 시간 속에서 잡지에서의 만화역할은 시사문제에 대한 풍자보다는 오락적 기능으로 더욱 강화되어 간다.

새소년

1964년 5월에 창간된 어린이 대상 월간지다. 이름에는 한국전쟁 발발로 폐간된 잡지 〈소년〉의 뒤를 잇는다는 의미가 담겨져 있다.

만화전문지가 아닌 어린이 대상의 종합교양지였던 만큼 창간 초기에는 동시, 소설 등 다양한 방면에 걸친 기사들이 많이 실렸다. 하지만, 1970년대에 들어와 〈어깨동무〉, 〈소년중앙〉 등 유사한 컨셉트의 어린이 교양지들이 여럿 등장하게 되면서, 만화의 비중이 확대되기에 이른

(7) '도표로 정리해 본 우리 만화잡지의 역사: 너희가 만화잡지의 힘을 믿느냐' 〈계간만화〉(2005 여름호, 이승남) 중에서 인용하였다.

다. 특히, 명랑만화, SF만화, 순정만화 등 독자들의 기호를 고려한 다양한 장르의 작품들을 선보이면서 당대를 대표하는 어린이잡지로 자리매김한다. 특히, 김성환, 김정언, 안의섭, 윤승운, 임창, 길창덕 등 내노라 하는 만화가들이 작품을 발표했다. 대표작으로는 길창덕의 〈신판 보물섬〉, 고우영의 〈대야망〉을 꼽을 수 있는데, 〈대야망〉의 경우 수년간 연재된 인기작이다. 이 외에도 〈새소년〉은 한국 만화사에 몇 가지 주목할 만한 사실을 보여준다. 우선, 일본만화 〈바벨 2세〉, 〈우리의 성〉과 같은 대작을 번안해 소개(물론, 한국 작가이름을 붙여 발표했다.)했던 점을 꼽을 수 있다. 또한, 〈신판 보물섬〉과 같이 독립된 만화책을 별책부록으로 선보이는 한편, 1980년대에는 〈만화왕국〉이라는 여러 편의 연재작이 실린 별도의 만화잡지를 별책부록으로 선보였다. 이러한 모습들을 통해 내용적으로는 거의 만화잡지로서의 모습을 갖추어나갔다. 이러한 과정을 통해 창간 이후 20여 년간 발행을 이어오며 어린이 잡지 가운데 대표적인 장수매체로 자리 잡았다. 하지만, 1980년대 들어 새로운 어린이 교양지의 출현과 만화전문지 창간 속에서 1989년 5월 폐간하게 된다.

어깨동무

1967년에 창간된 어린이 교양지다. 월간으로 발행되면서 소설, 과학상식, 동화 등의 기사들이 실렸고 화보와 독자참여코너 등도 선보였다. 잡지 내에도 연재만화가 실렸고, 별책부록으로 만화책이 주어짐으로써 내용적으로는 만화잡지라 불리기에 크게 부족함이 없었다. 특히, 별책부록에 〈만화 챔피언〉이라는 별도의 이름까지 주어짐에 따라 만화를 핵심 콘텐츠로 삼는 당시 어린이잡지의 특징을 고스란히 보여준다.

창간 이후 특히 1970년대를 거치면서 만화팬들의 기억에 남게 되는 다양한 작품을 선보였다. 신문수의 〈도깨비 감투〉, 박수동의 〈소년 고인돌〉, 김원빈의 〈주먹대장〉, 이상무의 〈울지 않는 소년〉 등이 그 대표작이라 할 수 있다. 이러한 인기작들의 연재에 힘입어 전성기 시절에는 최고 15만부⁽⁸⁾까지 발행되었다는 기록도 전해진다.

소년중앙

1968년 1월에 창간된 월간 어린이 교양지다. 특히 메이저 언론사인 중앙일보에서 발행하면서 본격적인 아동교양지의 전성기를 이끈 매체로 평가받는다. 여타의 어린이 교양지와 마찬가지로 소설, 동시, 시사 등의 다양한 읽을거리와 함께 만화를 실었다.

1970년대 본격적인 성장기에 발표된 작품들 가운데 길창덕의 〈꺼병이〉, 박수동의 〈변태기 야구단〉, 이상무의 〈우정의 마운드〉, 〈비둘기 합창〉 등을 대표작으로 꼽을 수 있다. 1980년대 발표된 작품으로는 신문수의 〈로봇 찌빠〉, 이상무의 〈달려라 풀찌〉, 이현세의 〈무자리 까치〉 등이 여전히 만화 독자들 사이에 회자되고 있다. 만화만으로 구성된 별책부록도 있었는데, 여기에서는 〈도전자 허리케인〉, 〈베르사이유의 장미〉 등과 같은 일본만화가 발표되기도 했다. 1970년대를 거쳐 1980년대 초반까지 전성기를 구가하였으나 1980년대 후반, 〈아이큐점프〉로 대표되는 일본식 만화잡지 시스템이 들어온 후 쇠퇴의 길을 걷게 된다. 결국 1994년 폐간을 맞

(8) 네이버 지식백과 - 한국민족문화대백과(한국학중앙연구원) <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=580749&cid=46668&categoryId=46668> 에서 인용하였다.

이하게 되었으나 <소년중앙>은 1960년대 선보인 대표적인 아동 교양지 가운데 유일하게 1990년대까지 생존하는 저력을 보여주었다.

선데이 서울

1968년 9월에 창간된 성인용 주간잡지다. 특히, 1970년대 대중문화의 대명사로 꼽힐 정도로 한 시대를 풍미했다. 스포츠, 연예 소식 등 오락성을 전면에 내세운 기사들이 주로 실리면서 정치 혹은 시사 문제를 다루는 매체와 구별되는 시장을 확보했다. 그와 같은 대중성을 획득할 수 있었던 바탕에는 만화 역시 큰 역할을 했다. 특히, 1970년대 들어와서는 '만화매체'로서 성인독자들에게 각인되기 시작하는데, 이에 대해 “〈일간스포츠〉와 함께 〈선데이 서울〉이 1970년대 성인만화의 산실로 불리게 된 것은 1974년 박수동의 ‘고인돌’이 연재되기 시작하면서부터다”⁹⁾라는 평가도 있다. 〈고인돌〉은 18년간 연재되면서 선데이서울을 대표하는 작품은 물론 한국 만화사의 대표적인 캐릭터로 꼽힌다. 그 외 방학기의 〈애사당 홍도〉와 〈바리데기〉, 강철수의 〈사랑의 낙서〉 등 성인 독자의 기호를 충족시키는 작품들이 발표되었다. 이처럼 〈선데이 서울〉은 만화가 어린이들을 위한 오락 장르로 고착되는 시대에 있어 어른을 위한 만화가 창작될 수 있는 공간을 제공했다는 시대적 의미를 지닌다.

이십년 넘게 발행되며 성인주간지 시대의 황금기를 열었던 〈선데이 서울〉은 1980년대 후반에 밀어닥친 잡지의 홍수 속에서 쇠퇴기를 겪은 후 1991년 12월 폐간된다.

만화왕국

1969년 11월에 창간된 만화전문 월간지다. 신문수, 윤승운, 조항리, 김정언, 손의성, 조관제 등 인기 만화가들이 대거 참여했으며, 이는 다양한 장르의 작품이 연재되었다는 특징으로 이어진다. 특히, 길창덕의 〈꺼병이〉는 이 잡지에서 첫 선을 보인 후 한국 명랑만화의 대표적인 캐릭터로 자리잡는다. 그 외에도 윤승운의 〈꿀찌와 한심이〉, 조관제의 〈권투왕〉 등을 대표작으로 꼽을 수 있으며, 조은희의 〈노랑머리〉와 같은 여성만화도 선보였다. 특히 1960년대 아동을 대상으로 한 잡지들이 대부분 종합교양지 형태로 출간되던 것과 비교해 〈만화왕국〉은 출발부터 만화전문지로서의 성격을 보여주었다는 특징이 있다.

1960년대 창간한 잡지들에 대해 무엇보다 주목할 만한 사실은 1970년대를 지나 1980년대에 이르기까지 장수한 잡지들이 많다는 점이다. 특히 아동 교양지를 통해 확보된 여러 지면들은 대본소 혹은 신문으로 활동공간을 제약받던 만화가들에게 본격적인 연재공간을 부여했다는 의미를 찾을 수 있다.

(9) 〈한국만화 가이드북: 만화잡지 편〉(부천만화정보센터, 2004년) 33p에서 인용하였다.

정체기: 1970~1979

1970년대에 이르러 새로운 만화전문지의 출현은 눈에 띄게 줄어든다. 여기에는 몇가지 요인이 복합적으로 작용한 것으로 보인다. 우선 대본소가 만화 소비의 주요한 공간으로 자리 잡게 됨으로써 만화는 일반도서와는 분리된 대본소 유통 시스템을 지니게 된다. 이를 통해 만화의 생산과 소비는 단행본 위주로 자리 잡게 된다. 또한, 우리 사회 전반에 만화가 문화적 산물로 인식되기 보다는 저급한 오락물로 인식되기 시작한 것도 새로운 매체의 등장을 막게 한 주요한 요인이 될 것이다. 더불어 표현물에 대한 정부기관의 통제⁽¹⁰⁾는 특히 만화에게 가혹한 것이어서 쉽사리 만화만을 신는 잡지의 등장이 어려웠을 것으로 추측된다. 이러한 시대적 상황 속에서도 몇몇 의미 있는 만화관련 매체들이 등장한다. 무엇보다 만화비평을 본격적으로 선보이는 매체가 등장하였으니, <뿌리깊은 나무>가 그것이다.

뿌리깊은 나무

1976년 3월에 창간된 <뿌리깊은 나무>는 널리 알려진 것처럼 한국 잡지역사 전체에 있어서 중요한 의미를 지니는 매체다. 한글전용 가로쓰기, 레이아웃의 정립 등 잡지에 '디자인'이라는 개념을 본격적으로 가져옴으로써 출판문화에 있어서 일대 전환점을 가져온 것으로 평가받는다. 또한, 내용적으로는 전통과 우리 문화를 보다 발전적으로 계승하는 시선을 담아냄으로써 외국문물에 대한 사대로부터 벗어나고 우리 문화에 대해 자긍심을 가질 수 있도록 하였다. 한편, 음악, 미술, 문학 등에 대한 문예비평으로부터 방송, 광고 등에 대한 대중문화비평까지 실리며 다양한 시각을 담아냄으로써 당대 대표적인 문화교양지로서 자리 잡는다. 만화가 실리지 않았지만, 만화문화에 매우 중요한 역할을 담당한 점 역시 이러한 비평을 통해서다. 특히 시인 오규원이 1년 가까이 만화비평을 연재하면서 해방 이후 만화비평의 새로운 지평을 열었던 잡지로 평가할 수 있다.

<뿌리깊은 나무>가 만화비평을 연재함으로써 만화에 대한 인식에 변화를 꾀했다고 한다면, <만화시대>와 <소녀생활>의 등장은 만화전문지 및 아동교양지의 계보를 이어나간 것으로 볼 수 있다.

(10) <오마이뉴스>의 2010년 11월 20일자 '불량 만화가 두려웠던 불량한 정치인들'(http://www.ohmynews.com/NWS_Web/view/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001657439) 기사 가운데 1960년대 이뤄진 만화에 대한 검열에 대해 다음처럼 적고 있다. "만화에 심의가 시작된 것은 1961년 군사정부가 들어서면서부터이다. 구약을 일소한다는 명분아래 '한국아동만화 자율위원회'를 만들어 사전검열을 시작했으며, 1968년부터는 문화공보부 산하에 '한국아동만화 윤리위원회'를 만들어 직접 심의하기 시작했다. 심의위원들은 특히 애정묘사나 활극장면에 대해 지나칠 정도로 과민반응을 보였으며 위원들의 개인적 취향에 따라 원고 수정지시 또는 출판금지를 명령하여 만화가들의 창작의욕을 크게 꺾었다. -한국만화박물관 '한국아동만화 윤리 강령' 설명문 중에서"

만화시대

1970년대를 지나며 만화전문지 창간이 드물었던 시기에 새롭게 등장한 만화매체다. 1971년 8월에 창간되었으며 성인층을 주요 독자층으로 삼았다. ‘읽는 시대에서 보는 시대로의 잡지’라는 모토를 통해 텍스트에서 이미지로 전환되는 시대적 흐름을 빠르게 인식했던 매체로 평가할 수 있으며, 그러한 이미지의 시대에 만화가 주요한 장르로서 자리 잡을 수 있음을 보여주는 사례이기도 하다. 하지만, 이듬해 4월에 폐간됨으로써 채 1년을 채우지 못하고 역사 속으로 사라져 아쉬움을 남긴다. 그럼에도 불구하고 만화에 대한 사회적 환경이 척박했던 시절에 성인만화잡지의 계보를 이어나간 매체로 평가할 수 있다.

소녀생활

여자어린이를 주요 독자층으로 삼아 1977년에 창간된 잡지다. 〈새소년〉, 〈어깨동무〉 등과 같은 대부분의 어린이 교양지들이 특별히 독자에 대한 성별을 구별하지 않았으나 SF소설이나 모험만화 등 구체적인 콘텐츠 측면에서 남자어린이를 핵심 독자층으로 삼고 있던 분위기 속에서 특화된 시장을 공략했던 셈이다. 그것은 특히 기사보다 만화 측면에서 두드러진 모습을 보여주는데, 가령 명랑만화라 하더라도 주로 주인공 캐릭터로 소녀가 등장하게 되는 점을 꼽을 수 있다. 또한, 문성언의 〈몽계구름〉, 정영숙의 〈남궁동자〉 등과 같은 순정만화가 연재되기도 했다.

혼돈기: 1980~1987

1980년대는 민주화의 함성으로 시작되었지만 신군부가 정권을 잡은 후 곧이어 국민들이 마주하게 된 상황은 언론에 대한 탄압이었다. 많은 언론인들이 해직되거나 탄압을 받는 가운데 신문과 방송매체도 통폐합 되는 암울한 시기를 거치게 된다. 특히 여러 정기간행물들의 등록이 취소되면서 〈창작과 비평〉, 〈뿌리깊은나무〉 등 이른바 진보적인 시사잡지들은 거의 강제로 폐간을 당할 수밖에 없었다. 다만, 정치사회적 이슈와 거리감이 있었던 만화관련 매체는 이러한 현실에서 사실상 빗겨나 있었다. 일단 이미 1970년대 이후로 ‘성인들을 위한 만화잡지’가 거의 등장하지 않은 상황이었고, 따라서 대부분의 만화잡지들이 어린이들을 주요 독자로 하고 있었기 때문이다. 즉, 정치적 사안을 다루지 않은 어린이 잡지들의 특성상 특별히 사회적 문제에 깊이 관여할 일이 없었고, 그것은 곧 혼란한 사회정세 속에서 그나마 남아있던 만화매체들이 계속 생존할 수 있었던 이유가 된 것이라.

한편, 1970년대 시작된 아동교양지의 지속적인 자리매김과 더불어 1980년대 초에 새롭게 등

장한 만화잡지가 만화독자들의 주목을 끌게 된다. 바로 <보물섬>의 출현이다.

보물섬

1982년 10월에 창간된 어린이 만화잡지다. <어깨동무>를 통해 이미 어린이잡지의 노하우가 축적된 육영재단에서 발행했다. <새소년>, <소년중앙> 등 이전 시기에 등장했던 어린이 교양잡지와 비교해 <보물섬>의 두드러진 특징은 지면 전체가 만화로 이루어져 있었다는 점이다. 즉, 500페이지에 달하는 본문 가운데 광고가 담겨진 몇 쪽을 제외하고 거의 100% 만화로 이루어진 잡지로서 분량과 내용 면에서 타의 추종을 불허했다.

<보물섬>이 지니는 시대적 의미는 단지 잡지가 출간되던 그 시기에 한정되지 않는다. 즉 앞선 시기로 보자면 1950년대 이후 맥이 끊기다시피한 아동만화 전문지가 새롭게 싹을 틔운 것이며, 이후로 보자면 1980년대 후반 본격적인 만화전문지 시대의 출발을 알리는 매체가 되기 때문이다. 또한, 연재된 대표작들, 가령 김수정의 <아기공룡 둘리>, 이진주의 <달려라 하니>, 김동화의 <요정 핑크> 등은 애니메이션으로 옮겨지면서 문화산업 전체 지형에 있어서도 중요한 위치를 차지하게 된다. 요컨대, 문화콘텐츠 산업의 중요한 출발점이 되는 매체이기도 한 셈이다. 그 외에도 이현세의 <야수의 전설>, 이두호의 <황토길>, 이희재의 <악동이>, 김철호의 <그라운드의 표범> 등과 같은 작품들이 인기를 모았으며, 고유성, 윤승운, 김영하, 김형배 등 수많은 만화가들이 작품을 발표했다.

<보물섬>의 인기는 1980년대 후반까지 계속 되다가 새로운 잡지들의 출현으로 인해 경쟁이 심화된 시장을 겪은 후 1996년에 폐간되기에 이른다.

<보물섬>이 어린이 만화전문지의 새로운 시장을 개척했다고 한다면, <만화광장>과 <주간만화>는 성인만화독자들을 위한 신세계를 열었다고 할 수 있다. 한편, <아홉번째 신화>와 <만화와 시대> 또한 여성만화와 만화담론에 관한 새로운 길을 제시하는 매체로 등장했다.

만화광장

1985년 12월에 등장한 <만화광장>은 그 이전까지 '만화는 어린이들의 전유물'이라는 인식에 전환을 불러오게 한 일종의 '사건'이었다. 즉, 어린이를 대상으로 한 만화잡지만이 존재했던 상황 속에서 성인만화잡지의 등장은 단지 만화를 보는 연령층이 변했다는 것 이상의 의미를 지닌다. 킬링타임용으로 치부되던 만화에 철학적인 사색과 삶에 대한 진지한 성찰을 담을 수 있다는 것을 의미했으며, 그것은 곧 어린이에게 '꿈과 희망'만을 외치던 만화로부터 '현실과 비판'을 담아내는 만화가 되었음을 의미했다. 그러므로 <만화광장>의 등장은 10여 년간 부재했던 성인만화잡지의 부활을 알리는 동시에 만화가 우리 사회에서 하나의 문화로 자리잡아나갈 수 있음을 알리는 일종의 신호탄이었던 셈이다.

〈만화광장〉 이전에 어른들이 만화를 접할 수 있는 공간은 신문 혹은 대본소가 전부였다. 신문의 경우 (비록 스포츠신문이 오락성을 담보하는 작품을 선보이긴 했으나) 대체로 사회적 문제나 정치적 이슈를 한칸 혹은 네칸에 담아내는 역할로 제한되어 있었고, 대본소의 경우 제대로 된 문화적 공간으로 대우받지 못하고 있었다. 즉, 이 두 가지 공간이 지나는 시대적, 사회적 맥락은 만화가 우리 사회에서 ‘어른들을 위한 정당한 문화’로 자리 잡지 못한 것을 확인시켜주는 것이다. 〈만화광장〉은 그러한 사회적 편견을 깨뜨리면서 등장했다. 그리고 그것은 발표된 작품들 면면을 통해서도 확인된다. 참신함이 돋보이는 단편, 사회적 이슈를 다루는 풍자가툰, 실력을 검증받은 작가들의 장편연재작 등이 골고루 포진되면서 다양성을 확보시켰다. 특히, 기존 스포츠신문 만화나 어린이 잡지에서는 접하기 힘든 철학적인 작품은 〈만화광장〉을 통해서만 만날 수 있는 독보적인 콘텐츠였다. 가령, 허영만의 〈담배 한 개비〉, 백성민의 〈임궏정〉, 이현세의 〈머나먼 제국〉 등 이른바 ‘대작’들이 줄지어 출현했던 것이다.

〈만화광장〉이 만화문화를 선도했다는 것을 증명하는 또 하나의 특징은 바로 만화비평이 꾸준히 연재되었다는 사실에 있다. 최열, 이원복, 위기철 등의 필진들이 지속적으로 비평을 연재하면서 한국만화의 역사와 현실 등에 관한 담론을 생산했다.

주간만화

〈만화광장〉과 함께 1980년대 후반 성인만화 시대를 열어젖힌 매체다. 1987년 5월 1일에 창간되었는데, 특히 〈만화광장〉이 월간지였던 반면 〈주간만화〉는 격주간으로 발행되면서 성인층의 만화소비욕구를 더욱 가속화시킨 것으로 평가할 수 있다. 장편과 단편의 고른 안배와 함께 사회적 이슈를 다루는 만평도 실렸으며, 만화평론과 해외만화를 소개하는 코너도 선보였다. 대표적인 연재작으로는 이두호의 〈덩더꿍〉, 이현세의 〈머느리 밥풀꽃에 대한 보고서〉와 〈두목〉 그리고 배금택의 〈염라국〉 등을 꼽을 수 있다.

신인작가 양성에도 힘을 쏟았는데, 1990년대와 2000년대 〈대한민국 황대장〉, 〈굿모닝 보스〉, 〈시민괴걸〉 등을 통해 한국 개그만화의 계보를 이어나가는 김진태가 〈주간만화〉를 통해 데뷔한 대표적인 작가라 할 수 있다.

아홉 번째 신화

1985년 9월에 창간된 〈아홉번째 신화〉 또한 1980년대 만화잡지의 부흥을 알리는 또 하나의 시발점이었다.

이 잡지 역시 몇가지 중요한 의미를 지닌다. 우선은 여성독자층을 핵심타겟으로 삼는 순정만화잡지의 본격적인 출발점이 된다는 점이다. 〈만화광장〉이 성인잡지로 출발하지만 사실상 남자독자층에 최적화되어 있었다고 한다면, 〈아홉번째 신화〉는 여성독자층의 수요를 충족시켜 준다. 참여한 작가진 역시 화려하다. 황미나, 김혜린, 김진, 이정애, 신일숙 등 1990년대 한국 만화의 황금기를 이끄는 여성작가들의 이름이 대거 등장하기 때문이다. 한편, 무료로 배포되었다는 점 역시 눈길을 모은다. 이는 잡지 발행의 주체가 출판사가 아닌 작가들 자신이었기 때문에 가능했던 것으로 파악된다. 즉, 이윤에 얽매이지 않는 작품활동을 원했던 작가들이 십시일반으로 제작비를 투입했고, 이를 통해 이른바 ‘독립출판’을 지향했다. 구독을 원하는 이에게

무료로 배포한 유통방식 또한 기존 잡지와 구별된다.

다만, 안정적인 수익통로가 없었기 때문에 정기성과 지속성을 지니기에 힘든 단점이 있었다. 이 때문에 무크지로 1년에 한번씩 발행되었으며, 1호 및 2호의 무료 발행 이후 유료로 판매된 3호를 끝으로 폐간을 맞이했다.

짧은 발행기간에도 불구하고 <아홉 번째 신화>는 이후 여성만화 전문지 출판에 주요한 동력이 되었던 것으로 평가할 수 있다.

만화와 시대

1980년대 후반 한국 만화잡지의 다양한 스펙트럼을 반영해주는 대표적인 잡지다. 1987년 10월에 등장한 무크지인데, 만화와 함께 여러 평론들이 주 내용을 이룬다. 특히, 만화전문 편집인이나 만화전문출판사가 아닌 만화가와 비평가들이 힘을 합쳐 탄생시킨 매체라서 더욱 주목을 끈다. 최열, 김창남, 위기철, 이재현, 허종원 등 1990년대 활발히 만화평론 활동을 보이게 되는 평론가들이 다수 참여했다. 또한, 만화가로는 이희재, 박흥용 등이 참여했다.

나오며

한국 대중문화 가운데 만화는 다른 어떤 분야보다도 부침을 많이 겪은 장르라 할 수 있다. 한국전쟁 이후에는 어린이들에게 고달픈 현실로부터 벗어나 희망을 꿈꿀 수 있는 공간을 제공 해주었으며, 어른들에게는 복잡하고 어려운 사회적 문제들에 대해 풍자와 해학으로 웃음을 전달했다. 때로는 정부와 매스컴으로부터 ‘불량’이라는 이름으로 질타를 받기도 했지만, 그러한 시간들 속에서 잡지는 한국 만화가 제대로 숨 쉴 수 있는 가장 중요한 토대가 되어왔다. 다만, 해방 이후 40여 년간 독자들 곁에서 기쁨과 즐거움을 주었던 잡지 속 만화 그리고 만화잡지들을 오늘날에 와서는 만날 수 없다는 사실이 무엇보다 안타까운 일이 되고 있다.

참고문헌

- 〈고바우와 함께 산 半生〉(김성환, 열화당) 1978년
- 〈계간만화〉(여름호, 씨엔씨레볼루션), 2005년
- 〈한국만화 가이드북: 만화잡지〉(부천만화정보센터) 2004년
- 〈한국만화선집〉(한국아동만화가협회) 1974년
- 〈한국만화통사-하〉(손상익, 시공사) 1998년
- 네이버 지식백과 - 한국민족문화대백과(한국학중앙연구원)
- 네이버 지식백과 - 한국잡지백년3(현암사, 최덕교)
- 오마이뉴스(<http://www.ohmynews.com>)

1. 서론

비단 만화뿐만 아니라 음악이든 영화든 여러 대중문화 분야에서, 90년대는 문화산업화가 본격화된 시기였다. 80년대 군부독재 정권의 우민화 정책의 긍정적인 부작용으로 풍부해진 대중문화의 소비 저변이 있었고, 87년 정치적 민주화 확보에서 이어진 풍부한 문화담론이 있었고, 90년대 중반을 거치면서 PC통신으로 대표되던 새로운 소통 방식까지 보편화되며 가세했다. 대중문화로 돈을 벌 수 있다는 인식 자체가 새로운 것이 아니었지만, 시장을 구성하고 창작과 장사의 균형을 모색하고 취향을 결집하려는 시도가 한층 체계적 방식으로 바뀌었던 시기다. 만화 분야에 있어서 90년대의 산업화란, 잡지와 단행본을 연계하는 사업모델, 세분화된 독자층 공략, 체계적 신인 창작자 등용 과정, 국산과 수입산을 공개적으로 배합한 확장 등 지금에 와서는 지극히 당연한 요소들이었다. 인기 작품을 만들어내고 그 인기를 경제적 수익으로 이어내는 과정이, 80년대식 종합잡지와 대본소 성인만화로 대표된 느슨하게 분산된 주먹구구 방식이 아닌 합리적 사업판단의 영역으로 변모하게 되었고, 이는 산업적 함의 너머 취향문화의 공고화 등 만화의 문화적 입지 확립에도 중요한 영향을 끼쳤다. 따라서 현재 한국만화 환경의 근간을 이해하기 위해서는, 90년대 한국만화 역사를 개괄적으로 살펴볼 필요성이 제기된다.

2. 산업 측면: 문화산업 논리와 잡지-단행본 모델 정착

만화의 90년대식 산업화의 싹으로 꼽을 수 있는 것은 1985년 성인만화 잡지 《만화

광장》, 1988년 소년만화 잡지 《아이큐점프》, 순정만화 잡지 《르네상스》의 연이은 창간이었다. 각 잡지는 종합잡지로 몽둥그려지지 않고 성인극화, 소년 취향 모험물, 여성 취향 감성물에 집중함으로써 장르별 특화와 독자 세분화를 이끌었다. 각각의 출발점은 서로 달랐는데, 《만화광장》은 민중문화론의 영향 아래에서 사회비판적 리얼리즘을 듬뿍 담아내는 공간이었다(손상익 외, 1998). 《아이큐점프》는 여성지와 타블로이드 신문을 전문으로 하던 출판사가 일본 만화출판사들의 기업화된 잡지관리시스템을 수입해서 한국시장에 적용시키고자 한 노력이었다. 《르네상스》는 순정 작가들이 스스로 더 본격적으로 활동할 수 있는 매체를 갈구하며 동인지를 만들었던 기반 위에서 독자층의 존재를 인정받아 주류 잡지로 확대된 것이다. 기반은 달랐지만, 세 사례는 공통적으로 만화라는 두루뭉술한 덩어리가 아니라 세분화된 취향으로 구분할 때 오히려 더욱 뚜렷한 시장 반응을 얻어낼 수 있는 시대임을 보여주는 것이었다.

성인만화 분야는 《만화광장》의 호응에도 불구하고 대본소 극화 중심의 창작 및 향유 구조가 큰 틀에서는 90년대 중반까지 큰 변화를 보이지 않았지만, 상대적으로 젊은 층을 노렸던 소년만화와 순정만화 분야는 좀 더 행보가 분주했다. 《아이큐점프》는 아동 눈높이를 상정하는 오랜 심의 수준과 잡다한 종합적 취향 모음과 월간 발행 스케줄로 이뤄졌던 당대 만화잡지들의 맹점을 성공적으로 공략해냈다. 〈아마게돈〉에서 〈제4지대〉, 〈영심이〉에 이르기까지, 또래 문화의 묘사나 표현 수위가 사춘기 감수성으로 높여져 있었고, 발간 스케줄은 격주간 내지 주간으로 가속되었다. 《르네상스》의 순정만화 역시, 〈테르미도르〉, 〈1999년생〉, 〈라비엠 플리스〉 같은 작품들을 통해서 유치한 애정관계 드라마라는 순정만화에 대한 당대의 외부 편견을 깨끗하게 뒤집었다. 다양한 주제와 커다란 세계관을 펼치며 인물들의 감성이 중심에 놓는 방식을 통해서, 순정만화와 그 독자들을 “길터 플레저”(저급한 것임을 인식하면서도 사적으로 즐기는 행위)의 영역이 아닌 진지한 주류시장으로 재정립했다. 양쪽 모두, 부모든 외부 편견이든 어떤 파수꾼의 여과를 거치기보다는 자신들의 문화 취향에 입각한 만화 향유를 더 적극적으로 많이 할 수 있도록 문을 열어줬다. 그리고 그것은 고스란히 시장 영역이 되었고, 더 세련된 취향 공략을 위한 체계화를 요구하게 되었다.

독자 취향의 일차적 분리가 문화산업화의 토대가 되어주었다면, 여러 경로를 연결시켜서 작품의 수익성을 체계적으로 키워내는 수익모델은 문화산업화의 핵심으로 볼 수 있다. 출판사 차원에서 잡지와 단행본 출간을 연계하는 것, 그리고 관련 상품의 라이선스 사업을 벌이는 패턴이 바로 그것이다. 90년대 이전에는 만화책 단행본이 나오지 않았다는 것은 당연히 아니고 《새소년》 잡지와 같은 출판사에서 요요코믹스라는 단행본 브랜드가 서점에 이미 진입한 상태였다. 하지만 잡지 연재와 단행본 출간이 별개의 사업으로 취급되는 것이 아니라, 일정한 진도에 따라서 계획적으로 조율되기 시작한 것이다. 이미 당대 일본에서 정착되어 있던 모델인, 연재 잡지는 작품을 널리 홍보하는 역할이고 주요 수익은 단행본 판매를 통해서 낸다는 “잡지 팔플렛론”이 공공연하게 거론되었다. 좋아하는 작품을 간직하기 위해 잡지를 스크랩할 필요 없이, 같은 출판사

에서 연재 진도에서 일정 기간이 지나고 나면 묶어내는 단행본을 기다리면 되는 환경이 되었다. 진행중인 연재와 단행본을 연계하는 모델이라면, 단행본의 발간 형태를 정하는 것이 중요하다. 소장가치를 우선시하여 책으로서의 만듦새를 최대화하는 것은 비효율적이다. 굳이 다시 돈을 주고 살 마음이 들어야 하기 때문에 잡지보다는 더 좋은 인쇄나 종이를 쓰는 것은 당연하지만, 계속 후속 권을 사들일 수 있을 만큼 적당히 저렴해야 하고, 학생일 가능성이 다분한 주요 독자층이 들고 다니며 읽기 편하도록 휴대성도 좋아야 한다. 이런 고민 앞에서 출판사들은 잡지 한 호와 비슷하거나 살짝 비싼 선에서 단행본 가격을 정했고, 180페이지 내외로 약간 큰 페이퍼백 형식을 채택했다. 이렇듯 연재와 연계된 발간 방식과 출판물 형식을 두고 훗날 ‘코믹스 방식’이라는 통칭이 생겨났다. 한국만화의 90년대를 단순화시켜 규정하자면 바로 그런 코믹스 방식이 등장하고 또 큰 외형적 성과를 거두었던 시기다.

장르 분화 발전의 막을 올려주었던 80년대의 공신 가운데 하나였던 《만화광장》은 잡지와 ‘코믹스’ 단행본을 연계시키는 산업모델에 적응하지 못하고, 93년 폐간을 맞이했다. 그렇듯 코믹스 단행본의 성공은 초반에는 그간 80년대 대본소를 호령했던 성인극화 분야에는 도달하지 못하고, 소년만화와 순정만화 가운데 주로 청소년층의 취향을 반영한 부분에서 이뤄졌다. 그러나 잡지-단행본 모델로 성공을 거둔 출판사들이 이후 점차 더 높은 연령대로 시장을 확장하는 과정에서 결국 성인을 대상으로 하는 코믹스 방식도 시도된 바 있다.

독자층의 분리와 잡지-단행본 연계가 만화의 문화산업화의 기본 내역이라면, 그런 흐름을 한층 가속시켜준 외적 조건은 90년대 한국사회를 장식한 ‘쥬라기공원 효과’와 일본문화 개방이었다. 쥬라기 공원 효과란, 헐리웃 영화 〈쥬라기 공원〉의 히트를 일부 언론에서 “쥬라기 공원 한편의 경제효과가 현대 자동차 1년치 수익과 맞먹는다” 운운한 것에서 비롯된다(박인하, 김낙호, 2010). 새로운 산업 성장 동력을 찾고자 하는 사회는 문화 창작품의 산업적 활용을 ‘문화콘텐츠 산업’이라는 명칭을 붙이는 흐름으로 이어졌던 시대의 단면이다. 90년대 초는 사회가 만화에 부여하는 문화적 위상이 아직 한창 미비했으며, 체계적 집계와 재고관리가 없는 분산된 지역 총판 위주의 낡은 유통구조를 벗어나지 못한 상태였는데도, 수익성의 이미지만 먼저 일방적으로 키워버린 셈이었다.

일본문화 개방의 측면은 일본 만화 직수입 확대를 지칭한다. 표절이나 해적판 출판으로 들어오는 것이 아니라 실제 국제 라이선스 계약으로 수입한 첫 작품은 1989년 한국어판이 출간된 요코야마 미츠테루의 〈만화삼국지〉로 알려져 있는데, 그보다 90년대의 흐름을 확고하게 주도한 것은 일본만화의 직수입이 잡지-단행본 모델과 만난 〈드래곤볼〉이다. 원래 이 작품은 일본 애니메이션 제작 하청으로 쌓은 관계를 바탕으로 만화 출판 사업을 본격화하고자 했던 대원동화(현 대원CI)에서 수입을 논의중이던 작품이었으나(박석환 외, 2015), 서울문화사의 《아이큐점프》에서 계약관계를 온전히 해결하지 않은 상태에서 먼저 연재를 강행했다. 일본 만화임을 전면으로 인정하고, 일본식 우철 제본을 따르기에 독서 흐름이 반대로 이루어지는 별

책부록으로 나왔는데, 작품 자체의 탁월한 재미 덕분에 큰 인기를 모았다. 모험물의 전개와 기발하고 박진감 넘치는 폭력은 물론, 기존 한국 소년만화에서 접하기 어려웠던 유머러스한 성적 자극까지 매력요소로 작용했다. 〈드래곤볼〉의 인기에 힘입어 서울문화사는 잡지-단행본 산업모델을 본격화했고, 덕분에 독자들은 더 이상 과월호 잡지를 입수하여 분철하고 스크랩을 하지 않아도 되었다. 그리고 일본만화의 도용이 아닌 번역 출간이 잡지-단행본 방식으로 도입된 이후, 출판사들의 단행본 라인업 확대 속에서 점차 잡지를 거치지 않고 바로 단행본으로 출간되는 사례가 생겨났다. 이런 트렌드는 97년 IMF 구제금융사태와 그로 인한 소규모 자영업 도서대여점의 폭발적 붐 속에, 일본 수입만화 중수 경쟁이라는 거품으로 이어지기도 했다. 대한 출판문화협회의 출판연감에 따르면, 95-98년 기간 동안, 해적판을 제외한 연간 만화 출판 종수는 95년 4,699종 (전체 출판물 대비 점유율 14.6%), 96년 5,592종 (17.3%), 97년 6,297종 (18.7%), 98년 8,122종 (22%) 으로 증가한 바 있는데 그 중 일본만화가 차지하는 비중은 60%였다(대한 출판문화협회, 2001). 그러나 대본소 성인극화류에서 일본 만화 수입이 거의 이뤄지지 않았던 점을 고려하면, 개별 독자들에게 소매하는 코믹스 단행본에서 일본만화가 차지하는 비중은 더욱 높았다고 추정할 수 있다.

그런데 이런 외적 조건과 내적 내역들이 온전히 정착하여 90년대를 수놓을 수 있었던 중요한 계기는 바로 활발한 경쟁에 의한 성장이었다. 먼저 소년만화 분야를 놓고 볼 때, 《아이큐점프》는 창간 당시에는 80년대의 잡지 관행에 가까운 과도기적 모습을 보였다. 이현세, 김형배, 배금택, 장태산 등 80년대의 인기 작가들의 신작이 중심에 놓여있었고, 신인작가의 발굴 역시 유명 작가들의 문하생 경력자 가운데 기회를 잡는 알음알음 방식이었다. 예를 들어 〈기계전사 109〉의 김준범, 〈육식동물〉의 강웅승 등은 허영만 화실 출신으로, 편집진의 발탁에 의하여 지면을 얻었던 것이다. 잡지 발행을 하는 기성 출판사에서 만화에 진출하며 기존 만화판 관행을 채택하되 외국의 모델을 배워오는 다소의 혁신을 시도하는 정도의 수준이었던 셈이다. 하지만 91년에 다른 방식의 경쟁자가 나타났는데, 바로 대원동화의 《소년챔프》였다. 《아이큐점프》가 더 정교한 인기잡지를 만들기 시작했고 이후에야 단행본 모델을 취입한 정도였다면, 《소년챔프》는 처음부터 콘텐츠 연계에 대한 욕심을 바탕으로 탄생했다. 일본 애니메이션 업계에서 만화 원작이 지니는 높은 위상에 착안, 애니메이션 제작과 출판을 한 회사에서 연계시켜 아우르는 창작 기반을 표방한 것이다. 창간 과정에서 《아이큐점프》의 편집장을 영입하는 등 공격적인 인사전략을 썼고, 기획 역시 해당잡지의 성공요인을 더욱 공격적으로 확장한 방식이었다. 소년 취향을 통해서 만화의 호소 연령대를 어린이에서 청소년으로 올리며 성공을 거둔 경쟁지의 전례를 모범삼아, 한층 청소년 문화 코드를 강화했다. 일본에서 고등학생 이상을 대상으로 하는 소위 '영어덜트' 잡지에서 연재하는 〈3x3 아이즈〉를 일본 만화 별책부록으로 내세우며 창간했고, 특유의 과장은 있지만 기본적으로 고등학교 생활의 모습을 반영하는 농구만화 〈슬램덩크〉를 영입했다. 《소년 챔프》의 창간으로 불거진 경쟁 관계 속에서 가장 먼저 생겨난 90년대 만화산업의 발전

적 지점은 바로 신인 작가의 등용이었다(박인하, 김낙호, 2010). 대원은 유명 작가들의 연재작을 받아오기가 상대적으로 어려웠던 후발주자였고, 또한 일본 만화계의 공모전 기반 등용방식에 친숙했다. 그렇기에 대대적으로 신인작가 공모를 내걸었고, 이것은 당대의 문화 개방 분위기 속에서 고등학교 만화동아리가 늘어나고 일본만화 원서로 새로운 감각을 익히고 있던 매니아층 조성이라는 외부 조건과 상성이 좋았다. 덕분에 현역 고등학생 작가가 <어쩐지 좋은 일이 생길 것 같은 저녁> 같은 작품을 내놓아 큰 인기를 얻는 상황이 생겨났다. 메탈음악과 오토바이, 쾌활한 소년이 동경하는 미소녀, 적잖은 학원 폭력, 소란스러운 연출 등은 당대 인기 한국 만화 작가들이 만들어내던 감성과 크게 달랐다. 나아가 신인 등용은 그래피티, 해오름, AAW 등 비슷한 취향이나 연출법의 작가들이 동아리나 기타 맥락을 통해 연결되는 식으로 이뤄지기도 했다. 이런 성공사례는 경쟁업체에서도 배워갔고, 90년대의 신인작가 등용은 일종의 공채와 특채가 공존하는, 여타 사회 분야와 크게 다를 바 없는 모양새로 온전히 정착하게 되었다. 그러나 경쟁이 가져온 더욱 명확한 발전적 지점은 한국 시장에서 잡지-단행본 사업모델의 가능성을 끝까지 밀어붙여보았다는 것이다. 대원은 《소년챔프》 창간 이후 더욱 공세적으로 잡지 창간을 확장했는데, 소년만화 너머 순정만화 분야도 아우르고 있었다. 90년대 초반 순정만화 잡지는 《르네상스》의 독주 아래 《요요》, 《미르》 같은 잡지들이 단명하고 있었는데, 80년대의 대표적인 종합 아동만화잡지 《보물섬》의 육영재단에서 1991년 창간한 《땡기》가 강력한 경쟁자로 독자층을 가르고 있는 상황이었다. 하지만 순정만화는 소년만화에서 <드래곤볼>이 가져온 잡지-단행본 연계와 일본 히트작에 대한 의존 등 산업 모델의 본격적인 변화가 시작되지 않은, 잡지 자체의 수익구조에 의존하고 국내 작가로만 이뤄진 전통적 잡지모델에 가까웠다. 이 상황에서 1993년에 대원은 순정만화 잡지 《터치》를 창간하며 그 두 가지를 본격적으로 도입했는데, 코믹스 판형의 연재중 단행본 라인업 발행과 <아기와 나>를 위시한 일본만화의 수입이었다. 작가진 역시 기존의 명망 있는 인기작가 너머 아마추어 동호회의 신인들을 적극 기용하는 등, 순정만화 분야의 《소년챔프》 같은 역할을 했다. 종교와 동성애 등 당대의 민감한 소재를 학원 판타지로 녹여낸 <열왕대전기> 같은 독특한 감성이 새로 등장할 수 있었던 배경이기도 했다. 《아이큐점프》에 안주할 듯 보였던 서울문화사도 그런 흐름에 적극적으로 대응했다. 1994년에 대원이 일본 잡지시장의 영어덜트 잡지에 해당하는 《영챔프》를 창간해서 <열혈강호>, <비트>, <레드블러드>, <티쳐X> 등 한층 소년만화 취향에 성인극화의 느낌을 버무리며 틈새 공략에 나설 때, 서울문화사는 대항마로 《영점프》를 창간했다. 그런데 이들은 정반대로, <샐러리맨>, <독신자 기숙사> 등 직장인 취향을 바탕으로 두고 좀 더 소년적인 가벼움을 더하는 식이었다. 대원과 서울문화사의 경쟁은 순정만화에서도 이뤄졌다. 1993년, 서울문화사는 <언플러그드보이>, <리니지>의 《윙크》를 창간하며 성공적으로 안착했다. 한편 대원은 부진했던 《터치》를 넘어 《화이트》와 《이슈》를 창간하여 재도전했고, 서울문화사 또한 초등학생을 대상으로 하는 《밍크》, 1998년에는 성인 지향의 《나인》을 창간했다.

〈진짜 사나이〉, 〈마이 러브〉, 〈어쩐지...저녁〉등 단행본 밀리언셀러들이 연이어 등장하면서 잡지-단행본 모델은 산업적 성과를 키울 수 있는 만화출판의 주류 사업모델로 등극했고, 이는 당초의 코믹스 붐을 일으킨 소년만화 너머 순정만화에서, 그리고 더 다양한 연령층을 대상으로 시도되었다. 대원은 확고한 성인잡지로 〈기생 이야기〉, 〈경복궁학교〉 등이 연재된 《투엔티세븐》, 저연령 잡지로 〈무술소년 꼬망〉의 《팡팡》을 창간했다. 여기에 발맞추어 서울문화사 역시 〈토끼〉, 〈느티나무〉 등의 《빅점프》와 아동지 《샤크》를 창간했다. 경쟁은 시장에 대한 주목을 불러왔고, 80년대 성인극화의 유명 중견 작가들이 주주 참여와 연재작으로 뭉친 성인만화 잡지 《미스터블루》가 등장했다.

90년대 주류 만화산업의 큰 부분을 차지했던 대원과 서울문화사의 경쟁 구도는, 도서대여점의 증가와 그에 따른 단행본 수요에 대처하면서 한 단계 더 복잡해졌다. 생산하는 작품을 늘리기 위해서는 잡지와 단행본의 종수를 더욱 늘릴 수 밖에 없었고, 그에 따라서 서울문화사는 서울미디어랜드라는 자회사를, 대원은 학산문화사를 만들었다. 서울미디어랜드는 《히트》라는 잡지를 내기는 했지만 기본적으로는 연재 없이 단행본을 다량으로 찍어내기 위한 전진기지였다. 하지만 학산의 경우는 독립적 경쟁사를 새로 창업하는 것에 가까웠는데, 일본에서 대형 출판사에서 자회사가 분리되어 주류 만화계에 삼파전 구도로 경쟁하는 모습을 모델로 삼았다. 하위브랜드가 아니라 대등한 새 회사를 만들어서, 잡지와 단행본라인을 한층 적극적으로 키우는 전략이었던 것이다. 이에 기반하여 학산은 소년만화지 《찬스》, 영지 《부킹》등을 성공적으로 내놓을 수 있었다.

하지만 90년대에 진행된 이러한 한국 만화시장의 질적, 양적 부흥은 두 가지 취약점을 지니고 있었는데, 하나는 산업적 주목과 별개로 여전히 미비했던 문화적 위상이었고, 다른 하나는 도서대여점 붐에 기댄 거품 성장의 한계였다. 문화적 위상이 발목을 잡은 것은 속칭 ‘일진회 사건’으로 대표되는, 청소년보호법 제정과 그 여파다(이재현, 1996). 청소년 사회 문제의 주범으로 만화가 지목되는 비합리적인 마녀사냥의 역사는 길고 세계적으로도 유사 사례가 적지 않다. 그런데 만화산업의 현실에 대한 조율이 사실상 전무한 상태에서 권위주의적 행정 기획으로 강행된 청소년보호법은 성인만화의 엄격한 유통규제를 천명하되 사후등급부여에 따른 위험을 개별 출판사와 서점에 떠넘겼고, 그 결과 그간 만화 단행본 유통의 창구로 성장했던 소규모 동네 서점과 가판대 등에서 만화라는 분야 전체가 사라지는 상황을 낳았다. 나아가 검찰이 음란성을 구실로 만화가를 기소하여 창작 분위기를 직접적으로 위축시키는 폐단도 생겼다. 명백한 정책 실책 속에서 시장층을 아직 확고하게 안정시키지 못했던 성인만화 잡지들이 대부분 무너졌고, 단행본 소매의 경로가 다시 좁아진 출판사들의 도서대여점 수요에 대한 의존은 한층 올라갔다. 도서대여점은 80년대 말부터 90년대 말까지 꾸준히 증가해온 업종인데, 발간 주기와 열람시간이 빠르고, 권당 단가가 낮은 만화단행본, 특히 코믹스 방식의 만화와 상성이 좋다. 80년대에 전성기를 누렸던 유료열람실 방식의 만화대본소들이 쇠퇴하는 와중에도, 도서대여점

은 저자본 자영업 아이টে으로 각광받았다. 하지만 대여권 관련 법제가 갖춰지지 않은 현실이었기에, 도서대여점이 소매용 책을 사고 불특정 다수에게 대여해주는 것은 출판사들에게 있어서는 잠재 수익 저해 요인이었다. 그렇기에 “대여점 책에는 세균이 많다”든지 적대적 캠페인을 벌인 바 있다. 그러나 대여점의 증가에 따라서 잠재 수익 이전에 실제 고객으로서의 측면이 부각되었고, 수천 부 고정시장으로 의존하게 되었다. 즉 대형출판사들을 위주로 작품의 품질관리나 치밀한 기획보다는 종수에 기반한 물량공세에 중점을 두게 되었고, 그것은 시장 성장 속도가 제한적이고 관리 비용도 큰 창작 만화 잡지보다는 일본 수입만화 단행본의 비중 증가로 이어졌다. 이런 현상을 단적으로 드러내준 것은 1998, 99년도 사이에 등장한 시공사, 삼양, 대명종 등 다양한 출판사들의 코믹스 만화 시장에 새로 진출한 것이다. 만화전문출판사로서의 해외 판권 협상력을 위해 줄속 기획된 듯한 만화잡지를 내걸고, 온갖 미미한 취향의 일본만화까지도 단행본으로 밀어내는 모습이 바로 거품의 시기를 반증해주었다. 물론 1990년대에 다른 만화 분야가 없었다거나 작았다는 것은 아니다. 스포츠신문을 중심으로 <아스팔트 사나이>부터 <임격정>까지 다양한 선 굵은 남성향 성인극화 연재가 꽃을 피웠고, 《오즈》, 《히스테리》, 《화끈》 등 독립만화 성향의 잡지들도 일각에서 표면화되었다. 단행본으로 제작되어 곧바로 서점의 일반 도서 코너로 직행하는 교양만화에서도 <만화로 보는 자본주의·공산주의> 같은 대형 히트작이 더러 등장했다. 하지만 관심 측면에서나 히트작의 규모에서나, 당대의 명실상부한 주류는 잡지-단행본 연계 ‘코믹스’ 모델이었다. 그런데 그 코믹스 방식이, 문화적 탄압으로 인한 유통 왜곡, 그리고 도서대여점에 의존한 거품이 맞물리면서 서서히 성장의 한계를 드러냈다. 먼저 도서대여점의 숫자가 1998년 11,223개소를 정점으로 2000년에는 6,200개까지 급격하게 줄어들었다. 한편 초고속 인터넷의 발 빠른 보급은 일상적 오락거리의 영역에서 잡지만화와 그것을 모아낸 단행본이 차지하던 자리를 감소시켰다. 단행본의 개인 소장가치를 높이는 방향도, 개별 창작 만화에 많은 기획력을 할애하여 완성도를 탄탄하게 다듬는 방향도, 디지털 사업모델을 가꾸는 것도 방치된 상황에서 그렇게 환경은 변화해버렸고, 2000년대 초반에 다발한 만화산업 위기론의 씨앗이 되었다.

3. 문화향유 측면: 취향 세분화와 장르의 부흥

앞서 살펴보았듯, 90년대 만화산업 발달의 기반에는 만화의 연재 매체가 세분화된 독자 취향에 더 명확하게 접근한 전략이 있었다. 성인극화는 80년대 만화방 전성기 속에서 비록 한 쪽으로는 다작으로 인한 품질 저하가 일어났지만 반면 장르 코드의 제작 노하우를 넓혔다. 순정만화는 동인 창작을 매개로 두터운 창작 저변을 다듬어냈고, 여성 독자들의 감성적 수요

를 제대로 맞추어냈다. 그리고 소년만화는 일본만화산업에서 발달시켰던 모델을 적극적으로 수입하여 가장 먼저 세부 장르 취향들을 나누고 또 공략했다.

취향이 세분화되고 장르적 재미의 완성도에 대한 기대수준이 높아짐에 따라서, 보편적 감수성을 무난하게 맞출 수 밖에 없던 몇몇 장르들은 급격하게 쇠퇴하게 되었다. 길창덕의 〈꺼병이〉를 필두로 〈아기공룡 둘리〉까지 7-80년대에 최전성기를 구가했던 명랑만화 장르는 골목길 말썽쟁이들과 환상모험이라는 요소로는 더 이상 독자들을 끌어들일 수 없었다. 어린 독자들의 유머 취향은 대중문화 패러디와 코믹하되 격렬한 격투라는 방향으로 넘어갔고, 〈달숙이〉, 〈미스터 부〉 등 더 이상 '명랑'하다고 치부하기 어려워진 개그만화가 그 자리를 차지했다. 이런 흐름 속에서 더욱 본격적으로 일본만화에서 발달시킨 여러 장르코드들, 특히 캐릭터 구도 중심의 극 전개 등이 나타났다. 당시 주류 일본 만화계의 특징은 출판사간 경쟁 구도 속 수백만부까지 치솟은 잡지 판매량, 애니메이션 제작과 긴밀하게 연계된 산업 확장 모델 등이었다. 따라서 그림과 연출의 기술적 완성도, 오락 코드에 대한 철저한 분석적 활용 등의 기획력, 특히 자동차 장난감부터 요리까지 온갖 소재들로 장르만화적 재미를 끌어내는 기법이 크게 발달한 상태였다. 다양한 일본만화 작품들이 국내 출판사의 정식 라이선스는 물론이고 급격하게 유통망을 넓혔던 해적판 인쇄로 방방곳곳 퍼졌고, 독자들은 완성도 높은 장르 코드에 쉽게 익숙해졌다 (만화집단 두고보자, 2004).

이런 환경이었기에, 90년대의 한국만화 가운데 큰 대중적 성공을 거둔 작품들의 다수는 그렇게 익숙해진 장르코드를 원활하게 소화해내는 것이었다. 물론 이미 50년대부터 주옥 당대 일본 유명 작가와 작품들의 소재나 연출이 한국에 음성적으로 도입된 것은 주지의 사실이지만, 원본이 되는 작품들과 나란히 경쟁하게 된 만큼 더 적극적으로 녹여낼 수 밖에 없는 상황이었던 것이다. 예를 들어 정파물이라고 일컫어지는 일본식 학원폭력물은 80년대 한국만화에서는 청소년 대상 만화에 지워진 일반적 도덕률과 심의 환경 측면에서 그대로 용인되기 어려웠다. 그런데 학교를 무대로 학생들이 싸움을 벌여서 조직적 서열이 생기고 영역을 확보한다든지, 그 과정이 여러 개성적 기술이 난무하는 스타일리쉬한 주먹다툼이라든지 하는 소년 취향의 오락요소를 부인할 길이 없다. 〈어쩐지... 저녁〉, 〈진짜 사나이〉 등이 단행본 판매 100만부를 돌파하는 소위 '밀리언클럽'에 든 작품들은 이전 청소년 대상 한국만화가 학교를 무대로 할 때 다루어지던 교육적 교훈과 달랐다. 이들은 화려한 기술의 대결이 그 자체로 전개요소가 되고, 에피소드 방식으로 점차 강한 적과 맞서게 되는 에스컬레이션과 새로운 동료가 연결되는 반복과정을 담았다. 필살기 중심의 격투가 오락 요소인 무협물조차도, 90년대 이전의 인기작들은 인연의 무기에 중심을 두곤 했다. 하지만 〈협객 붉은매〉, 〈용비불패〉, 〈열혈강호〉 등의 소위 신무협 히트작들은, 전개과정 속에서 대결이 벌어지는 것이 아니라 매력적 캐릭터 간 대결을 펼치기 위해 나머지 전개가 주변에 쏠려지는 것에 가까웠다. 이런 장르 코드 변화는 새로운 취향에 더 민감하게 적응했던 젊은 작가층의 데뷔 경로가 넓어지며 더욱 가속화되었다.

일본 소년만화의 공식을 적극 수입하며 장르 코드의 질적 전환을 맞이한 소년만화와 달리, 여성을 주요 독자층으로 삼았던 순정만화 분야에서는 상대적으로 독자적인 흐름으로 장르코드의 진화를 이뤄냈다. 물론 순정만화의 기본틀에 선 굵은 서사를 접목하는 경향은 70년대 일본에서 이미 이뤄진 바 있었고, 감성의 흐름을 기호와 복잡한 칸 흐름으로 표현하는 기법 또한 참조처가 되어주었다. 하지만 감성을 중심에 놓다보니 한국 현실에서의 독자 공감대가 그만큼 더 중요하게 다뤄질 수 밖에 없었고, 따라서 작품들이 다뤄내는 인간 관계의 진득함이나 사색적 질문의 무게감이 빠르게 발달했다. <불의 검>, <바람의 나라>, <리니지> 등 히트 대하서사물에서 선보인 주요 등장인물들의 고민은 사극드라마에서 흔히 등장하곤 하는 규모 큰 사회적 고민과 가족이나 연인에 대한 사적 감정을 자연스럽게 엮어내며 탁월한 완성도를 보여주곤 했다. 한편 강경옥, 유시진, 이진경 등의 작가들은 사색적 독백을 통해 적극적으로 자의식을 탐구했다. 이것은 당대 일본의 주류 여성취향 만화들이 트렌디 드라마 풍의 소재와 스타일리쉬한 디자인에 도전하던 것에 비하면 사뭇 다른 방향성이 되어주었다. 성인극화는 비록 80년대 만화방 전성기에 이뤄졌던 다양한 도전에는 미치지 못했지만, 그 대신 스포츠 신문을 중심으로 대형 히트작을 이어갔다. 신문이라는 상대적으로 안정적이고 넓은 독자층을 매일 만날 수 있는 공간을 발판으로 삼았기에, <임꺽정>, <남별> 등 선 굵은 서사물부터 <아스팔트 사나이> 같은 기업물이 대중적 히트를 칠 수 있었다. 7-80년대의 성인취향 신문연재만화 히트작들이 고우영, 한희작, 강철수 등으로 대표되는 넥살 좋게 물 흐르는 듯한 흐름으로 대표되었다면, 90년대에는 서사적 박진감을 중심으로 하고 현실성의 느낌을 강화하는 극화체 작품들이 만화방 너머 신문을 장식하게 되었던 것이다. 그 과정에서 80년대 만화방 성인극화보다 일반적으로 한 단계 진일보한 전문 분야 디테일이 첨가될 수 있었고, 반면에 문학적 함축성을 최대한 녹여내는 현실비판적 단편은 설 자리가 좁아졌다. 이들에게 자리를 마련해줄 가능성이 있던 성인만화 전문 잡지들이 90년대 후반에 다시 고개를 들었지만, 산업적 여건이 확보되기 전에 외적 조건으로 매체 분야 전체가 무너졌다. 결국 문예적 단편이라는 성인극화의 장르는, 2000년대에 들어서야 온라인 보편화와 독립출판 증가 등을 발판삼아 다시 싹을 틔울 수 있었다(김낙호 외, 2010).

하지만 모든 취향층에서 장르코드가 발달한 것은 아니었다. 예를 들어 90년대의 아동 만화는, 청소년 장르 코드를 다소 완화된 표현수위로 흡수하는 방식 외에 독자적 장르 코드를 거의 선보이지 못했다. 재미 경쟁에서 밀려나며 명랑만화 장르가 거의 사라지고, 교육적 효용을 미끼로 거는 학습만화 분야는 80년대 작품인 <먼나라 이웃나라>의 큰 성공을 정교한 장르 코드로 성장시키는 것에 실패했다.

취향과 장르의 발달은 만화의 문화산업 측면에서 팽창의 기반이었고, 동시에 독자들의 향유 문화를 진화시키기도 했다. 독자들은 안목과 기술을 바탕으로 교류를 갈구했고, 그 와중에 감상 동호회, 창작 동호회, 혹은 동호회가 아닌 느슨한 교류 공간이 학교, 지역, 잡지 등을 통

해서 번성했다. 이런 결집은 독자들의 향유 성향을 가늠할 수 있게 함과 동시에, 새로운 세대의 작가들이 데뷔하는 경로가 되어주었다. 잡지 《르네상스》 자체가 동인지의 성공을 기반으로 만들어졌고, 그 잡지의 독자투고란에 그림을 올리면서 만화가의 꿈을 이루게 된 이들이 생겨났다. 이러한 움직임은 PC통신의 번성과 함께 한층 가속화되었다.

4. 비평 담론과 대학 교육의 부각

만화 산업의 체계화와 장르 정교화, 향유문화의 번성 속에서, 만화를 다루는 주변의 시각 또한 분주하게 움직였다. 만화를 다루는 제도, 비평 문화, 그리고 인재 육성 과정이 대표적이다.

먼저 제도의 경우, 심의 제도와 창작 진흥 제도로 나누어볼 수 있다. 만화에 대한 심의를 주관했던 한국 간행물 윤리위원회는 89년에 민간 사단법인으로 재출범했지만, 실천요강에서 만화를 “아동의 인격과 개성 도야에 공헌”을 해야하는 매체로 명문화시킨 상태였다. 나아가 만화 내용을 계속 감시하며 이들의 활동에 자료를 지원한 조직으로 YWCA 청소년 유해환경 감시단 같은 시민운동이 활동했다(서울 YWCA 편저, 1991). 90년대 내내 산업적 관심은 증가하고 있었으나, 만화에 대한 심의제도를 개선하기 위한 공공 기관 또는 시민단체의 활동은 효력이 미미했다. 이런 와중에 97년에 학원폭력 범행 학생들이 만화책을 보고 저질렀다는 속칭 ‘일진회 사건’이 벌어졌다. 실제로 만화가 효력을 발휘한 것인지에 대한 구체적 검증 없이, 손쉬운 범인을 찾고자 했던 당국과 권위주의적 통제에 호응하는 여론은 결국 청소년 보호법이라는 제도를 탄생시켰다. 청소년보호법으로 촉발된 일련의 제도변화는, 외견상으로는 사전검열이 아닌 사후심의제 도입, 작가 스스로 성인만화 등급을 선택할 수 있도록 하는 등 전향적 요소를 담아냈다. 하지만 그 실상은, 간행윤리물위원회의 법정기구 복귀, 성인용 표시 마화에 대한 소매 방식 규제, 사후심의에서 성인물로 판정될 때 큰 유통 불이익 등, 만화 유통 전반에 대한 독소조항이 상당했다. 심의제도 변경의 여파로 성인 만화잡지가 크게 위축되고, 동네 서점을 통해 유통되는 만화 단행본의 종류가 줄어들었다. 00년대 초중반에 들며 대형서점들이 만화코너를 확대하고 온라인 서점을 통한 구매가 활성화되기까지, 이런 유통경색은 만화출판사들이 한층 더 서점을 통한 개별 소매보다 도서대여점 수요에 중점을 두도록 유도하는 부작용도 낳았다.

진흥 정책 측면에서, 90년대 말에 비로소 제작 지원 사업이 본격화되었다. 지방자치단체인 부천시가 만화를 시의 중심 테마로 삼기로 하고 98년 부천 만화정보센터(현 한국만화콘텐츠진흥원)를 세웠고, 99년도에 서울시 산업진흥재단이 서울애니메이션 센터를 설립해서 만화

관련 단체들에 사업 공간을 제공했다. 그리고 2000년에는 문화관광부가 재단법인으로 문화 콘텐츠진흥원을 설립하고, 세부 사업 영역 가운데 하나로 만화를 두기도 했다. 이들은 공모를 통해서 창작자 및 출판사에 지원금과 작업공간을 제공했고, 또한 만화 관련 축제를 개최하여 만화의 대중적 이미지를 향상시키는 것을 추진했다. 특히 축제는 만화 문화산업론과 맞물리며, 90년대 중반에 급격하게 난립한 바 있다.

이런 행사와 지원사업의 증가는 공모전이라는 형식을 통해서 또 다른 작품 데뷔 경로가 되어 주었다. DIFECA 같은 만화축제에서 실시한 작품 공모전은 물론이고, 신문사 신춘문예, 신한은행의 '새싹만화상' 등 다양한 영역에서 대중적으로 알려질 기회와 상금이 주어졌다. 이들 공모전은 자사의 산업적 이해관계에 최적화된 장르물을 선발하는 것에 집중하는 개별 만화 잡지사의 성향과 다른 종류의 개성적 작품을 선보일 수 있는 대안적 통로로 발전할 가능성을 보여주었다. 문예적 혹은 실험적 단편을 선보이는, 문학으로 비유하면 순문학 성향에 가까운 방향에도 길이 열린 것이었다. 최규석의 <콜라맨> 등이 대중과 만나게 된 경로였다. 관심은 비평문화로도 이어졌다. 동아일보, 중앙일보 등에 만화 비평을 고정적으로 다루는 코너가 생겨났고, 영상문화에 대한 관심을 반영하며 성공리에 정착했던 <씨네21> 외 다양한 문화 잡지들도 만화 비평을 다뤘다. 학술 분야에서도 한국만화문화연구원, 만화평론가협회, 한국만화애니메이션학회 등이 90년대 후반을 장식하며 만화 담론의 체계적 정착을 앞당기고자 했다. 문화산업 논리가 불러온 관심, 비평의 증가, 다양한 성향으로 데뷔가 가능하다는 전망 등이 맞물리자, 대학에서 만화 관련 학과들이 급격히 늘어났다. 한국에서 최초로 만화관련 개학 학과가 생겨난 것은 90년 공주문화대학으로 알려져 있지만, 사학재단의 지방대 설립 붐 속에서 일종의 실용미술 개념으로 만화/애니메이션 학과들이 세워졌다. 99년 당시에는 4년제 14개, 2년제 17개 학과가 집계되었는데, 만화산업이 훨씬 먼저 강력하게 발달했던 일본을 크게 앞지르는 것이었다. 커리큘럼의 내실이나 전문 교육인력 부족 같은 고질적 문제와 별개로, 이들 교육기관은 90년대의 코믹스 중심 장르만화 산업 환경에서는 큰 족적을 남기지 못했다. 하지만 거품이 가라앉고도 남은 곳은, 결국 2000년대 후반 이후 온라인 중심과 작가주의를 강조한 독립출판이 강화되는 방식으로 다시 변화한 만화 환경에서 여러 인기작가들의 훈련 기반으로 작용하게 되었다.

5. 결어: 단절과 계승

한국만화의 90년대는 문화산업 논리를 통한 급격한 체계화와 성장으로 특징지어지는 시기였고, 그 과정에서 여러 취향이 분리되고 장르 완성도가 향상되면서 이전 시대의 인기 작가,

작품 성향들이 급격하게 밀려나기도 했다. 그 배경에는 정치적 민주화와 문화 향유에 대한 높아진 관심이 있었고, 결국 세분화된 기획 잡지, 코믹스 판형 단행본의 번창, 판매량 백만 부를 넘는 작품들의 다발 등 산업적 번성기를 잉태했다. 성장을 주도한 것은 소년만화 계열이지만, 순정만화 또한 작품적 성취나 독자 문화의 구심력 측면에서 소년만화 이상의 독자적 가치를 보여주었고, 성인극화 계열 또한 부침을 겪으면서도 나름의 진일보를 할 수 있었다. 90년대의 산업 붐 속에서 한국만화는 대중문화의 적당히 뭉뚱그려진 부류가 아닌, 혹은 만화방이라는 공간에 종속된 재료가 아닌, 세분된 취향과 구체적 산업이 이뤄지는 문화 반야로 스스로를 정립하게 되었다. 이 시기의 작품들은 새로운 성향의 세련됨으로 이전의 만화 취향, 인기 작가, 만화 제작 방식과 발전적 단절을 선보였다. 하지만 동시에, 그런 변화는 이전부터 축적된 독자문화, 사회적 개혁의 연장선상에 있기에 일종의 계승이기도 했다. 그런 의미에서, 90년대를 다시 살펴보는 것은 '밀리언셀러'의 좋은 시절을 회고하는 것이 아니라, 당대의 문화적 수요와 맞아떨어졌던 새로운 모델 시도, 독자 향유문화 성장기에 창작과 생산 또한 발맞추어 나갔던 유연성을 인식하여 현 시대에 적합한 시도를 구상하는 밑거름이 되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김낙호, 박인하, 김은권, 서찬휘, 이현석, 광경신, 김소원. (2010). 글로벌 차세대 디지털플랫폼에서의 만화 수익모델 연구. 한국콘텐츠진흥원.
- 대한 출판문화협회 편저. (2001). 2000 출판연감. 대한 출판문화협회.
- 만화집단 두고보자. (2004). 세계만화정보. 길찾기.
- 박석환 외 편저. (2015). 대한민국 콘텐츠 플랫폼 정육과 대원. 브레인스토어.
- 박인하, 김낙호. (2010). 한국현대만화사. 두보북스.
- 서울 YWCA 편저. (1991). 만화-너무너무 어려운 작업. 서울 YWCA.
- 손상익 외. (1998). 한국만화통사(하). 시공사.
- 이재현. (1996). 정부의 만화 심의정책 비판과 그 대안. 한국만화 애니메이션 학회 창립 심포지움 자료집.

박인하

만화평론가, 청강문화산업대학교 교수

한국만화생태계의 형성과 변화

— 1960~90년대 한국만화의 주요 변화를 중심으로

05

1. 들어가며

창작-제작-유통-소비로 이루어진 우리나라의 만화 생태계는 한 덩어리가 아니라 여러 덩어리가 각각 교집합을 이루며 복잡하게 구성되어있다. 우리나라에는 형식으로 아날로그 시장과 디지털 시장이 각각 존재하며, 목적이 다른 엔터테인먼트와 에듀테인먼트 만화도 역시 각각 다른 시장을 구성한다. 형식을 기준으로 예를 들어보자. 만화가는 만화를 디지털이나 아날로그로 창작할 수 있다. 이렇게 만들어진 원고는 디지털이나 아날로그로 제작되고, 다시 디지털과 아날로그로 유통/소비된다. 조합하면 여러 흐름이 만들어진다. 이런 생태계의 복잡성은 주류 시장의 규모를 제한하는 부정적 요인으로 작용했다. 생태계의 복잡성은 역사적으로 볼 때 외부적 요인(제도와 산업)에서 비롯되었기 때문이다. 특정 주류 시장이 부상하면 제도(심의 때에 따라서 검열, 정책 등)가 주류 시장의 확대를 막는다. 때에 따라 주류 시장의 참여자가 과도한 이익을 위해 시장 자체를 흔들기도 한다. 이런 요인으로 주류 시장에 대한 다양한 대안이 요구되었다.

하지만 세계에서 유일하게 디지털 만화(창작-제작-유통-소비) 생태계를 완벽하게 구축한 2015년에 바라본 한국만화생태계⁽¹⁾는 과거 부정적 의미의 복잡성이 긍정적 의미의 역동성으로 작용했음을 확인할 수 있다. 이런 관점에서 근대만화가 현대만화로 나아가며 의미 있는 생태계를 형성한 1960년대에서 1990년대까지 약 40년의 세

(1) 생태계라는 용어를 규정한 학자는 영국의 생태학자인 A. 텐슬리(Arthur George Tansley)다. 세계 최초의 생태학회를 창립한 인물이기도 한 그는 생물학적 생태계를 “특정 공간에 살아있는 것과 살아있지 않은 것 사이의 관계와 상호작용”으로 정의한다. (이재준 <디지털 생태계의 미학>, 홍익대 대학원 박사, 2008, p57) 일정한 공간에 구성요소들이 상호작용하며, 그 안에 별개의 소규모 위계 구조가 존재한다는 말이다. ‘생태계’에 대해서는 여러 관점에서 설명할 수 있겠지만, 핵심은 “생태계는 연결망이다. (중략) 생태계를 이해한다는 것은 곧 연결망을 이해하는 것이다.”라는 명제에서 볼 수 있듯, 만화를 이루고 있는 여러 연결망을 이해하는 것이다.

월을 주요 변화를 중심으로 살펴본다.⁽²⁾

1) 근대만화에서 현대만화로, 만화 단행본의 시대로 진입

1909년 6월 2일 창간되어 일년남짓한 시간동안 《대한민보(大韓民報)》에 연재된 이도영의 풍자만화⁽³⁾나, 1920년 3월 5일과 4월 1일 창간된 《조선일보》, 《동아일보》에 연재된 풍자만화로 근대만화가 시작되었다. 근대만화는 풍자와 함께 계몽에 목적을 두었다. 1920년대 일본의 신문, 잡지 편집자들은 영국과 미국의 신문, 잡지에 연재된 만화를 접하게 되었다. 번안해 연재를 하거나, 유사한 만화를 기획했다. 당시 일본과 조선에 영향을 끼친 대표적인 작가는 미국의 인기작가 조지 맥머너스(George McManus, 1884-1954)다. 1923년 조지 맥머너스의 히트작 「아빠 기르기(bringing up father)」⁽⁴⁾가 일본의 잡지 『아사히 그라프(アサヒグラフ)』에 「아빠 기르기」⁽⁵⁾(親爺수教育)로 연재되었다. 1924년 3월 31일 《시대일보》에 같은 작가의 〈신혼부부와 아기(The newlyweds and their baby)〉를 번안한 만화 〈영석바지〉가 한 달간 연재되었다. 1913년 미국에서 연재되기 시작해 인기를 얻은 우스개 만화가 10년 만에 일본에 소개되고, 바로 1년 뒤 한국에 소개될 정도로 한국은 서구 근대만화의 영향권 안에 위치해 있었다. 20세기 초반 서구에서 인기를 끈 캐릭터 중심의 우스개 만화가 조선에 소개되었고, 1924년 10월 13일부터 《조선일보》에 연재를 시작해 공전의 히트를 기록한 노수현의 우스개 만화⁽⁶⁾ 〈명텅구리〉를 놓으며 20세기 초반 근대만화를 화려하게 개화시킨다.⁽⁷⁾ 그러나 식민지의 자유롭지 못한 매체 환경으로 인해 역동적인 생태계로는 발전하지 못한다. 때문에 한국만화는 1945년 해방을 기점으로 이전 식민지 시대의 근대만화와 해방 이후 현대만화로 나누는 것이 타당하다.⁽⁸⁾

(2) 만화생태계를 효과적으로 이해하기 위해서는 첫 번째, 만화의 생태 연결망의 구조를 이해해야 한다. 두 번째, 생태 연결망의 변화를 이해해야 한다. 현 시점의 생태 연결망이 존재하기 위해서는 과거 생태 연결망이 어떻게 변화했는가를 살펴봐야 되기 때문이다. 만화의 창작, 제작 현황에 대한 논의가 만화생태주의적 관점에서 접근되어야 하는 까닭은, 만화 생태계의 생태 연결망을 이해할 경우 단선적인 창작, 제작 환경에 대한 이해를 넘어 복잡하게 서로 얽혀있는 구조에 다가갈 수 있기 때문이다

(3) 시사만화라는 명칭이 더 일반적이지만, 시사만화가 매일 시사적 상황을 빠르게 잡아낸 속보성 만화라면 풍자만화는 당대성은 있지만 속보성은 떨어진다.

(4) 「아빠 기르기」는 1913년 1월 12일부터 킹 피처스(King Features)를 배급하며 큰 인기를 얻은 미국의 대표적 우스개 만화.

(5) 같은 잡지에 영국의 「핍, 스킵과 윌프레드(Pip, Squeak and Wilfred)」를 참조해 의인화된 동물 캐릭터를 등장시킨 「쇼우썹의 모험(正チャンの冒険)」이 연재되며 주인공 캐릭터가 나오는 근대적 우스개 만화가 시작된다.

(6) 당대 미국 신문의 코미디 만화를 한국에 적용해 경성의 모던보이들이 보여주는 허세, 말썽 등을 우습게 풀어냈다. 주인공 최명텅과 윤바람은 작명에서 유추할 수 있듯 '명텅'하거나 '바람' 피는 모던보이들. 그리고 이와 대응하는 여자 주인공 신옥매는 미모의 기생이다. 모던보이와 기생의 조합은 식민지 근대의 서글픈 표정의 또 다른 모습이다. 「명텅구리」는 '헛물켜기'를 시작으로 '련애생활(련애생활)', 자작자급, 가년생활(가정생활), 세계일주' 등으로 시리즈를 계속 이어나 모두 192회나 연재되었다. 당시 반도키네마에서 영화로 제작되어 조선극장에서 상영되기도 할 정도로 대중적 인기를 누렸다.

(7) 《동아일보》는 안석주의 「허풍선이 모험기담」을 1925년 1월 23일부터 연재하기 시작한다. 주인공 허풍선이 세계 일주를 하면서 겪는 에피소드를 다룬 작품으로 '세계여행'이라는 근대의 로망이 펼쳐진 작품이다. 《시대일보》에서는 1925년 6월 30일부터 「구리귀신(작가 미상)」연재했고, 그 뒤를 이어 신여성상을 주인공으로 내세운 「마리아의 반생」을 연재했다.

(8) "1909년 근대매체인 신문에 만화가 등장한 것은 근대만화의 놀라움 시작이었다. 하지만 이듬해 한일강제병합으로 근대매체가 대중들과 소

1945년 이후 한국만화는 10년 단위로 커다란 변화와 마주했다. 1945년 해방이 되자 매체에 대한 욕구가 폭발했다. 신문, 잡지가 속속 복간되거나 창간되었다. 하지만 종이, 잉크, 인쇄 시설 등 모든 것이 부족했던 시기 잡지는 호수를 오래 이어가지 못했다.⁽⁹⁾ 1950년 한국전쟁이 벌어지며 물자는 더욱 부족해 졌다. 그 와중에 『새벗』, 『학원』, 『소년세계』와 같은 잡지가 창간되기도 했지만, ‘딱지만화’로 불린 재생종이를 잘라 조잡하게 인쇄해 16쪽 내외로 묶은 싸구려 만화도 출간되었다. 1956년 2월에 창간된 『만화세계』는 무려 200쪽 분량의 월간 만화 잡지였다. 『만화세계』가 큰 인기를 누리자, 그해 11월 『만화세계』의 인기 작가인 박기당은 박광현과 투자자를 구해 『만화 소년소녀』(1957년 1월호)를 창간한다.

만화잡지 출간은 자연스럽게 만화단행본 출간으로 이어졌다. 『만화세계』를 펴내던 세계문화사는 1957년 김종래의 <눈물의 수평선>, <이길저길>, <박문수전> 등의 단행본을 연달아 펴내며 만화 단행본 시장을 개척했다. 그러나 잡지중심의 만화시장은 작가 수급 문제와 독자들의 구매력이 발목을 잡았다.⁽¹⁰⁾

2) 1960년대 만화방을 통한 장르만화의 등장

1950년대 후반 등장한 만화방은 60년대에 접어들며 만화 유통을 장악했다. 만화방은 1950년대 중반 만화대여 노점으로 시작해, 만화방의 형태로 자리를 잡았다. 이를 기반으로 50년대 후반에 만화전문 출판사가 늘어나기 시작했고, 60년대로 넘어가는 시점에 전국적으로 만화방 영업망이 형성되었다.⁽¹¹⁾ 수요(만화방)가 늘어나자 공급(만화책)의 확대를 요구했다. 인기

통합 기회를 잃어버리게 되면서 10년이 지난 1920년이 되어서야 조선, 동아가 창간됐고 겨우 소통이 이어지게 된다. 그럼에도 불구하고, 이는 지극히 제한된 범위 내에서의 소통이었다. 하지만 이조차도 1940년에 끝나버린다. 1909년에서 1945년까지 36년 동안의 기간이 근대만화가 시작되는 시기였던 것은 분명하나, 오늘날 우리가 보는 만화와의 연속성은 1945년 이후부터 시작되었다”고 본다.(박인하, 김낙호 <한국현대만화사 1945-2010>, 두보북스, 2012, p20)

- (9) “대부분의 잡지는 창간호가 즉 종간호가 되는 현상이었고 기껏 2, 3호를 내다가는 소리도 없이 사라지고 말았다. 이러한 현상이 나타난 것은 첫째로 많지도 않았던 인쇄시설이 거의 사회적인 발언권이 강한 신문발행이라는 데 빼앗겨 버린데도 그 원인이 있었고, 극심한 용지난에도 커다란 이유가 있었다. 모든 잡지가 겨우 생산되는 시커먼 선화지를 사용해야 했으며, 오늘의 갱지보다 좀 나았고, 중질지보다 못한 소위 마카오 갱지라는 것은 희귀할 뿐 아니라 고가여서 부수를 많이 발행하고 값이 저렴해야 하는 잡지에는 감히 사용할 엄두조차 못했던 것이다.”(사단법인 한국잡지협회 <한국잡지총람-한국잡지 70년사>, 한국잡지협회, 1972, p93)

- (10) 당시 한국만화는 식민지 시대 한국화나 동양화를 전공한 작가들을 대신 해 김용환, 의환 형제를 비롯해 신동현, 김성환 같은 2세대 작가들이 활동하던 시기였다. 그런데, 당대에 활동하던 작가의 숫자가 여러 잡지를 운영할 정도가 되지 못했다. 수요의 측면이 더 큰 문제였다. 대중들이 만화잡지와 단행본을 구입할 경제력이 되지 못했다. 1957년 우리나라 국내총생산(GDP)은 7억달러였다. 개인당 국민총생산(GNP)은 74달러에 불과했다.

- (11) “1960년대 접어들면서 이런 변화를 감지한 업자들이 있었다. 북한군 장교 출신의 이국전은 아현동 아현초등학교 앞에서 대본업을 시작했고, 오학원은 종로의 신광서점을 인수하고 만화를 팔았다. 서울 시내나 지방으로 만화책을 뿌리던 그들은 서로 손잡고 대본소를 개척해 전국 판매처를 조직하고 만화책을 유통시켰다. 비교적 장사 안되던 문구점들이 대본소로 돌아섰다. 총판의 자전거 부대가 서울시를 거미줄처럼 나누고 구역을 맡아 만화책을 보급했다. 처음에는 외상으로 돌렸지만 장사가 잘 되면서 현금 거래로 바뀌었다. 대본소가 점점 늘어나면서 대본소거리 경쟁했다. 대본소에는 매일 새 만화책이 공급됐다. 옆집에 대본소가 하나 더 생기면 대본소 주인은 라이벌 업소에 만화책을 넣지 말라고 읍소했다. 결국 총판의 힘이 세졌다. 대본소 업자들은 장사가 잘 되면 만화책을 많이 사고, 안 되면 적게 샀다. 매일 그 날의 베스트셀러가 있었다. 여러 출판사에서 책이 쏟아지지만 팔리는 만화책은 네 권 정도였다. 군소 출판사들은 자전거 부대에 술을 사줘 가면서 내일 무슨 책이 나올 지에 대한 정보를 얻었다. 대본소의 만화책은 하루살이였기 때문이다. 내일은 또 새로운 책이 나왔다. 출판사들은 나중에는 통계

작가를 전속으로 보유한 전문 출판사가 등장했고, 신인 작가를 적극적으로 발굴하기 시작했다. 인기 작가들은 인기를 유지하기 위해, 신인 작가들은 새로운 작품으로 인기 작가의 반열에 오르기 위해 다양한 다양한 장르로 만화의 폭을 넓혀갔다.

1960년대 새롭게 등장한 만화출판사 중 부영이문고, 제일문고, 크로바문고 3곳의 출판사가 가장 활발하게 만화를 출간했다. 부영이문고는 50년대 후반 우스꽝스러운 주인공이 나오는 ‘칠성이와 깨막이’ 시리즈로 최고의 인기를 구가한 명랑만화 작가 김경언과 SF액션만화 ‘라이파이’ 시리즈로 당대 최고의 인기작가로 부상한 (김)산호를 모두 전속작가로 두어 60년대 초반 만화시장을 장악했다. 김경언과 산호라는 60년대 명랑만화와 장르만화의 대표 작가는 스튜디오 시스템을 도입해 만화의 완성도와 생산성도 뛰어났다. 김경언은 1956년 잡지 『만화세계』 창간호부터 〈칠성이〉를 연재하며 독자들의 사랑을 받았는데 주로 캐릭터성이 뛰어난 주인공을 전면에 내세운 코메디 만화를 선보였다. 부영이문고에서는 〈우락돌이 부락돌이〉(1959), 〈먹보〉(1963), 〈의사 까불이〉(1964) 등의 작품을 출판했다. 김경언이 주로 생산성에 초점을 맞추어 많은 작품을 생산했다면, 산호는 스스로 ‘산호 스튜디오’라는 만화창작 브랜드를 개척한 작가로 꼽을 수 있다.

1959년 시리즈를 시작해 전 4부작 32권으로 완간한 ‘라이파이’ 시리즈는 제1부 〈정의의 사자 라이파이〉, 제2부 〈피너3세와 라이파이〉, 제3부 〈녹의여왕과 라이파이〉, 제4부 〈십자성의 신비와 라이파이〉로 이어지며 총 32권이 출간되었다. (몇권의 후속작이 출간되었지만 작가는 라이파이의 공식 시리즈를 전 4부 32권으로 보고 있다.) 산호는 이 시리즈를 창작하기 위해 전문적인 역할로 분업화된 산호 스튜디오를 운영했는데, 〈녹의여왕과 라이파이〉 완결편에 수록된 산호 스튜디오 소개글을 보면, 작가 산호는 ‘산호스튜디오 총지휘감독’으로 역할을 설명했다. 산호 스튜디오에는 제작부, 기획부, 외교부를 두었으며 실질적으로 만화를 제작하는 제작부는 데생과 잉킹, 페인팅, 활자 및 수정으로 나누어 일을 진행했다. 기획부는 기획과 자료조사 등을 담당했으며, 외교부는 독자의 평이나 팬 레터 등을 관리했다. 마치 미국의 마블이나 D.C 출판사처럼 만화 제작을 정교하게 분리해 운영하는 첫 번째 사례였다.

부영이문고는 소녀팬들을 겨냥해 크로바문고에서 〈오손이 도손이〉(1959)를 낸 순정만화 작가 권영섭을 스카웃 해 60년대 초반 대표적인 순정만화 시리즈인 ‘봉선이’ 시리즈를 출간했다. ‘봉선이’라는 소녀 캐릭터를 전면에 내세운 ‘봉선이’ 시리즈는 〈울밑에선 봉선이〉(1960), 〈봉선이하고 바독이〉(1961), 〈새야새야 파랑새야〉(1966) 등으로 이어지며 소녀팬들의 사랑을 받았다. 부영이문고가 김경언, 산호로 대표되는 당대 최고의 인기 작가를 영입하는 집중 전략이었다면, 후발 주자인 제일문고는 장르의 폭을 넓히는 전략을 내세웠다. 제일문고는 김종래의 사

를 내 출간 길이나 적기를 정했다.” (장상용 「만화와 시대정신 : 1960년대-70년대 (3)최고이자 최악의 독점 체제」, 디지털만화규장각 매거진, 2012년 4월 23일)

극, 엄희자의 순정, 오명천의 액션, 박기당의 괴담(호러), 임창의 명랑만화로 60년대 중반 만화방 만화를 주도했다. 여러 작가 중에서 가장 독자들의 사랑을 받은 작가는 김종래였다. 김종래는 〈보름달〉(1960)을 시작으로 〈마음의 왕관〉(1962), 〈황금가면〉(1964), 〈파도〉(1964), 〈눈물의 별밤〉(1965) 등의 작품을 발표하며 큰 인기를 거두었다. 박기당은 여러 장르를 넘나들며 만화를 창작한 60년대의 대표적 작가인데, 사극, 괴담, SF 등 폭넓은 작품 세계를 보여주었다. 〈만리종〉(1963), 〈신기한 레시바〉(1964), 〈유성인 가우스〉(1965), 〈바다의 독수리〉(1965) 등의 작품이 있다. 60년대 이국취향의 화려한 액션으로 많은 독자들을 설레게 한 오명천은 〈싼디만〉(1961), 〈택전소년 창〉(1962), 〈탕〉(1964), 〈칼〉(1964)과 같은 작품을 통해 인기를 얻었다. ‘땡이’라는 60년대 대표 캐릭터를 창조한 임창은 1964년 〈로봇 마치스테〉로 데뷔한 후 슬랩스틱에 가까운 김경언 만화와 달리 스토리에 치중한 ‘땡이’ 시리즈를 선보였다. 제일문고는 60년대 초반에는 김종래와 박기당, 오명천의 만화로 60년대 중반 이후에는 임창의 만화로 큰 인기를 모으며 만화방 만화의 중심 출판사로 자리 잡았다.

60년대 만화방 만화 빅 3중 하나인 크로바문고는 부영이문고, 제일문고와 달리 만화가인 박기준이 직접 경영한 출판사로 박기준의 친형인 박기정, 박기정의 문하생 출신인 박부성, 그리고 〈약동이와 영팔이〉의 작가인 방영진이 포진해 있는 출판사였다. 부영이나 제일문고에 비해 많은 작가를 보유하고 있지는 않았지만, 박기정, 기준 형제의 탁월한 스토리 창작 능력으로 인해 모든 시리즈가 주로 장편으로 출판되어 다른 출판사보다 더욱 안정적으로 만화방 영업을 할 수 있었다. 또한 작가가 직접 만화방 출판사를 운영하는 방식은 90년대에 다시 등장하기도 했다.⁽¹²⁾ 크로바문고는 네 작가가 모두 간판 작가였다. 박기정은 다양한 장르를 넘나들며 장편 만화의 지평을 확대시켰고, 박기준은 ‘두통이’라는 캐릭터를 통해 시리즈 연작물을 발표했다. 박기정의 만화는 크게 순정, 액션, 스포츠 장르로 나눌 수 있다. 순정물에는 〈가고파〉(1961), 〈들장미〉(1961), 〈은하수〉(1961) 등이 있고, 액션만화로 〈폭탄야〉(1966)가 대표적이며, 스포츠 만화는 축구만화 〈치마부대〉(1964), 권투 만화 〈도전자〉(1966), 레슬링 만화 〈레슬러〉(1967) 등이 있었다. 박기준은 1963년부터 〈올림픽 소년〉 시리즈를 연재했고, 박부성은 도심이 아니라 농촌지역을 배경으로 자연과 함께 하는 모험을 담은 독특한 작품 세계를 보여주었다. 〈산소년〉(1962), 〈명견루비〉(1964), 〈도레미부대〉(1965), 〈까까중〉(1965) 등의 작품으로 독자들의 사랑을 받았다. 방영진은 많지 않은 작품을 독자들에게 깊이 기억시킨 작가로 〈명탐정 약동이〉(1961)를 시작으로 〈명탐정 약동이의 탐정일기〉(1963)와 1963년 〈약동이와 영팔이〉(1963) 시리즈로 60년대 중반 만화방 만화에 인기 작가로 자리 잡았다.

만화방 만화는 60년대 중반까지 인기작가를 전속으로 영입한 부영이문고, 제일문고, 크로바

(12) 만화방 시스템은 안정된 수요처(만화방)에 안정된 인기작의 공급을 소비와 공급의 모델로 삼고 있다. 만화방 시스템이 구축되면 인기작가들은 필연적으로 자신이 직접 출판사를 경영하고 싶은 욕구에 시달린다. 업무의 과정이 어려운 것도 아니고, 기존 유통망을 활용하면 되고, 자신이 지속적으로 만화를 그리기만 하면 되는 구조는 60년대 이후 70년대와 80년대 그리고 지금까지도 ‘작가출판’이라는 시스템이 한국에 존속되도록 했다.

문고의 트로이가 체제로 운영되었다. 그러던 중 1966년 제일문고의 인기작가인 박기당이 김기율, 김원빈, 추동성, 유세중, 김종래 등을 전속작가로 오성문고를 설립하면서 제일문고는 급격히 힘을 잃었다. 이후 김종래, 유세중, 추동성은 오성문고를 나와 이종진, 김원빈, 조원기, 엄희자 등과 오복문고를 설립했다. 60년대에는 인기 작가의 영입경쟁이 치열할 정도로 만화방 만화의 인기가 높은 시절이었다.

하지만 만화방 만화가 인기를 얻으며 여러 출판사들이 치열하게 경쟁하던 60년대 중반 비극은 내부에서 시작되었다. 막강한 재력을 바탕으로 출판과 유통을 장악하던 진영출판사의 이영래는 다른 만화 출판사들을 모아 출판, 유통을 통폐합하고 지분을 나누어갖자는 제안을 한다. 1967년 이영래의 제안에 따라 여러 출판사들이 한데 모여 주식회사 합동을 결성, 출판과 유통을 독점한다. 합동이 출판과 유통을 장악하면서 만화책이 저급화되었다. 특정 만화가 인기를 얻으면 그와 비슷한 만화가 쏟아져 나왔고, 저급한 종이를 사용해 낡은 인쇄기에서 만화를 만들어 책의 질도 형편없어졌다. 판매가 아닌 임대라는 새로운 형태의 생태계를 완성한 만화방 만화는 일부 업자들의 저급한 인식과 독과점이 결합해 심각한 질저하를 가져왔다. 이런 내부위기 요인은 만화는 어린이들의 공부를 방해하고, 건전하지 못하다는 외부 인식과 결합해 결국 만화방 만화 전체를 흔들어버렸다. 결국 60년대 중후반부터 매년 불량 만화를 몰아내자는 궤기대회가 열리기에 이르렀다.⁽¹³⁾

이런 사회분위기에 만화방 만화는 1970년대에 접어들어 ‘저질만화’가 된다. 도덕적 가치판단의 척도처럼 보이는 ‘저질만화’라는 단어는 모작과 도작에 의한 조잡한 만화라는 ‘저질’ 만화, 만화가 다른 매체에 비해 어린이들이나 좋아하는 질이 낮은 매체라는 의미의 저질 ‘만화’의 이중적인 의미를 담고 있는 단어였다. 만화 뿐만 아니라 만화가 주로 소비되던 만화방도 불량, 저질의 굴레에서 자유롭지 못했다. 1971년 2월, 한국아동도서보급협회는 아동도서정화계획을 발표해 만화방의 기준을 ①가게 안에서 불량식품을 팔지 못하며 ②‘텔레비전’ 상영을 못하고 ③대중잡지 혹은 어른용 오락잡지를 함께 두지 못하며 ④독서에 적당한 환기장치와 조명장치를 해야하며 ⑤학교주변이나 우범지역에서 300m이상 떨어져야 하고 ⑥가게의

(13) “3일 낮 2시 한국대본업정화협회는 남산어린이놀이터에서 서울시내 2천여 대본업소에서 모은 외설서적과 어린이들에게 해로운 만화 1만여 권을 불태웠다. 동협회는 사회풍기를 정화시키고 명랑사회를 이룩하기 위해서였다.”(1966년 6월 3일자 「동아일보」)

“한국대본업정화협회는 청소년선도의 달을 맞아 청소년의 정서를 해치는 책과 불량만화 8천권을 수거, 22일 하오 2시 서울남산어린이놀이터에서 소각했다.”(1968년 5월 22일 「경향신문」)

“경찰은 지난 4월 15일부터 한국대본업정화협회와 합동으로 시내 1,497개소의 대본업소에서 청소년들의 정서에 해로운 이들 만화 등 5만3천여 권을 수거, 이날 오후 2시 남산 야외음악당에서 불태운 것이다.”(1969년 5월 9일 「동아일보」)

“10일 낮 12시 서울대학생 1백여명은 동교 4,19탑 앞에서 불량만화, 영화 〈내시〉, 〈벽속의 여인〉 잡지인기부부 〈흑막〉 일부 주간지 등 20여종을 규탄하는 대회를 갖고 불매운동을 벌이기로 했다. 학생들은 취지문에서 「불량만화와 잡지, 방송 TV의 탈선영화 등이 현대문명을 쪼먹는다.면서 「방종한 섹스와 난폭한 레크리에이션은 매스콰를 통해 어린이마음을 타락시키고 사회윤리를 매몰시키고 있다」고 규탄했다. 학생들은 이같은 운동을 계속 벌이기로 다짐했다. (1969년 6월 10일 「경향신문」)

“오는 11일 하오 6시 남산야외음악당 뜰에서 불량만화를 비롯, 각종 불순결책자를 소각한다. MRA지부는 그동안 청소년 도덕재무장운동의 하나로 불량서적 순화운동을 벌여왔다.”(1969년 6월 7일 「경향신문」)

넓이는 최소한 5평 이상으로 하도록 했다. 이런 여러 요인들로 인해 60년대 화려하게 등장한 만화방 만화는 쇠퇴할 수밖에 없었다.

3) 1970년대 소년잡지와 일본만화의 영향

1960년대 후반 만화방이 위기를 맞자 어린이 잡지가 만화의 새로운 생태계를 만들기 시작했다. 1966년 『새소년』은 19×26센티미터의 커다란 판형에 300쪽 분량으로 개편되며 만화수록 분량이 늘어났다. 『새소년』의 변화 이후 1967년 3월 『어깨동무』, 1969년 1월 『소년중앙』이 같은 포맷으로 창간되었고 모두 만화를 연재했다.⁽¹⁴⁾ 어린이 잡지의 만화연재 경쟁은 만화별책부록의 출간으로 이어졌다. 당시 어린이 잡지는 일본의 어린이 잡지의 포맷이나 기사, 만화 등을 베껴왔는데, 만화별책부록 역시 일본의 어린이 잡지에서 1960년대에 먼저 시작되었다. 『소년중앙』은 일본의 사례를 참조해 일본만화 「황금박쥐」를 별책부록으로 제공한다. 「황금박쥐」는 1968년 9월 동양방송(TBC)에서 매주 방영한 만화영화로 어린이들에게 큰 인기를 얻은 검증된 작품이었다. 별책부록으로 제공된 만화의 힘으로 후발잡지인 『소년중앙』이 크게 성공하자 다른 어린이잡지도 경쟁적으로 만화별책부록 발간에 참여한다. 만화별책부록은 국판 사이즈⁽¹⁵⁾ 60쪽 내외의 분량으로 제공되었다. 본지에 연재되는 만화가 대부분 7쪽 내외였는데 비해 별책부록은 한번에 많은 페이지를 읽을 수 있었다. 부록으로 제공된 만화로는 길창덕 〈신판 보물섬〉, 〈선달이 여행기〉, 신문수 〈도깨비 감투〉, 〈원시소년 돌비〉, 〈로봇 찌빠〉, 윤승운 〈굴봉이〉, 〈허풍이의 우주탐험〉, 〈요철 발명왕〉, 박수동 〈별똥 탐험대〉와 같은 명랑만화를 중심으로 이상무 〈우정의 마운드〉, 〈비둘기 합창〉, 이우정 〈모돌이 탐정〉, 〈여탐정 장미〉, 이두호 〈바람처럼 번개처럼〉, 고우영 〈대야망〉, 이정문 〈철인 강타우〉, 방학기 〈타임머신〉 등 장르만화가 소개되었다. 그러나 한국작가의 만화보다 일본만화에서 인기를 끈 만화를 불법적으로 번안해 소개하는 만화도 적지 않았다. 일본의 인기 만화를 한국의 신인 작가가 다시 그려 한국 작가의 이름으로 제공했다. 표현의 수위를 조절하기 위한 가벼운 수정은 기본이고, 어느 경우에는 페이지가 축약되는 경우도 있었으며, 인물과 줄거리를 두고 새롭게 그린 경우도 있었다. 이들 별책부록은 거의 다 자사에서 편집한 문고판으로 재출간되었다.

잡지에 만화가 연재되고, 잡지의 부록으로 만화를 제공하면서 이 만화를 묶은 만화문고가 등장했다. 커다란 판형에 100쪽 내외였던 1970년대의 대본소 만화에 비해 250쪽으로 두꺼웠고, 고급장정으로 제작되어 서점에서 판매되었다. 만화방 만화와 다른 새로운 만화 생태계가

(14) 잡지문화의 전면적 등장은 산업화와 도시화의 영향으로 경제적 여건이 개선되면서 시작된 중요한 변화였다. 이러한 변화에 맞추어 만화의 중심이 대본소 만화에서 자연스럽게 잡지 만화로 옮겨갔다.

(15) 가로 152mm×세로 218mm

출현한 것인데, 만화문고시대를 연 선두주자는 『새소년』을 펴내던 어문각의 ‘클로버문고’였다. 클로버문고는 〈유리의 성〉을 시작으로 70년대 인기만화를 출간하며 가장 대중적 만화문고로 자리잡았다. 70년대 후반에는 조금 더 고급화된 단행본이 등장했다. 1979년에는 백제출판사가 길창덕의 〈순악질 여사〉, 〈꺼병이〉, 〈꺼병이와 꺼실이〉, 〈돌석이〉, 이정문의 〈심술가족〉 등을 펴냈고, 우석출판사는 고우영의 〈임꺽정〉, 〈수호지〉, 〈삼국지〉, 〈초한지〉, 〈일지매〉 등의 극화를 모두 다 펴냈다. 도서출판 까치는 박수동의 만화를 전문적으로 펴냈고, 동광출판사는 길창덕, 윤승운, 신문수의 만화를 펴냈다. 잡지만화의 등장은 서점용 단행본 시장을 개척했고, 그 가능성을 열어 보였다. 70년대 만화문고의 성공은 80년대로 이어졌다. 고우영이라는 걸출한 브랜드를 보유한 우석, 박수동의 까치, 길창덕의 백제, 길창덕, 윤승운, 신문수의 동광출판사는 만화로 커다란 부가가치를 창출한 대표적인 출판사들이다.

4) 1980년대 만화르네상스

만화방 만화의 변화는 합동의 유통독점이 무너지며 시작되었다. 1979년 이상무, 장윤식, 임창, 허영만, 김민 등이 참여한 삼현출판사와 새동무, 진송문고, 성심, 프린스, 타임 등이 연합친목회를 결성해 ‘합동’이 오랜 시간동안 독점하던 만화출판과 유통에 반기를 들었다. 1982년 70년대 만화방 만화의 양대 세력으로 만화계를 양분하며 협력하던 합동과 소년한국일보가 서로 결별하고, 소년한국일보가 연합친목회와 공동판매에 들어가면서 만화유통의 독점구조가 무너졌다. 만화방의 독점구조가 무너지자 젊은 작가들의 창의적인 작품들이 쏟아져 나왔다. 70년대 중반 데뷔한 뒤 새로운 만화를 모색하던 이현세, 허영만, 박봉성, 고행석, 하승남, 천제황, 오일룡 등 젊은 작가들은 30권 이상 되는 장편 만화를 들고 만화방에 입성했다. 이들 중 80년대를 대표하는 가장 대중적 스타는 1979년 〈시모노세끼의 까치머리〉로 데뷔한 이현세다. 이현세는 1983년 〈공포의 외인구단〉(1983년부터 대본소판으로 나오기 시작해 1984년 30권으로 완간)을 발표하며, 80년대 만화방 장편만화 붐을 끌어낸다. 70년대 어린이들의 우범지대였던 만화방은 〈공포의 외인구단〉 이후 청소년과 어른들도 찾는 공간으로 거듭났다. 〈공포의 외인구단〉은 지금까지 볼 수 없었던 주류 질서에 대해 소외받고 고통받는 반항적 주인공 오혜성을 작품의 전면에 등장시켜 오혜성이 지닌 힘을 중심으로 작품을 이끌어갔다. 주류 질서에서 소외받은 오혜성의 응축된 에너지는 시대에 어울리는 새로운 영웅의 모습으로 독자들에게 다가갔다. 또한 고독한 영웅의 여정을 드러내는 짜임새 있는 서사는 70년대에 3권 내외에 불과했던 만화방 만화를 장편으로 변화시켰다. 주인공의 과장된 성공담이나 비극적 결말 모두 직선적 서사구조로 80년대를 반영했다. 〈공포의 외인구단〉의 놀라운 성공은 만화를 장편화시켰고, 극적인 구도를 만들어냈으며, 주인공에게 강인한 성격을 불어넣어주었고, 스펙터클을 강화시켰다. 1984년 12월 〈공포의 외인구단〉이 총 30권의 시리즈로 완간

된 후 박봉성의 재벌만화 시리즈들이 인기를 얻었다. 1982년도부터 출간을 시작한 〈20세 재벌〉이 크게 인기를 얻자 인기 트렌드인 ‘스포츠(권투)’와 ‘재벌’이 모두 등장하는 총 53권 분량의 초대장편 〈신의 아들〉(1983-1987)을 발표한다. 이재학과 하승남, 천제황은 무협만화라는 하나의 장르로 특화된 프로덕션을 운영했다. 이재학은 1965년 〈후전선의 왕꼬마〉로 데뷔한 이후 60-70년대 여러 장르의 대본소 만화를 그리다 70년대 중반부터 성인용 극화체 만화가로 변신을 한 작가다. 반면, 하승남은 1980년 〈목림방〉으로 데뷔한 젊은 작가로 80년대 박봉성에 두 번째로 많은 만화를 만화방에 공급했다. 이현세, 박봉성의 스케일 큰 스포츠만화나 재벌만화도 아니었고, 이재학, 하승남의 무협만화도 아닌 불청객 구영탄을 주인공으로 내세운 고행석 만화도 큰 인기를 얻었다. 1981년 〈아빠아빠 우리 아빠〉로 데뷔한 후 1984년 〈요절복통 불청객〉으로 독자들에게 인기를 얻으며 이후 80년대 만화방의 핵심 작가로 자리잡았다. 이현세와 함께 80년대 한국만화의 양대산맥은 허영만이다. 허영만은 스스로 80년대 만화방 만화에서 1등을 해 본 적이 없다고 하지만 스포츠, 철학, 시, 기업, SF, 초능력 등을 아우르는 광범위한 소재를 효과적으로 해석하는 그의 작품 세계는 몇 개의 장르로 반복생산되는 대량 생산 작품들과 다른 ‘허영만’만의 독특한 아우라를 품고 있었다. 이밖에 오일룡, 장훈, 황제, 조명훈, 김영하, 강촌 등이 대본소 프로덕션 시스템에 참여하며 80년대를 풍미했다. 간행물 윤리위원회의 1981년부터 1991년까지 사전심의를 했던 통계를 분석한 손상익의 〈한국만화 통사〉⁽¹⁶⁾에 따르면 80년대 만화방에 40종 이상의 작품(권수로는 6백권 이상)을 발표했던 다작 작가는 모두 21명이며, 그 중 1위는 1천4백94권을 생산한 박봉성, 2위는 1천74권을 그렸던 하승남이 차지했다. 이후 만화방 만화 다작 순서는 천제황, 고행석, 하아미, 오일룡, 장훈, 이재학, 김훈, 윤소영, 황제, 조명훈, 조명운, 김영하, 이상무, 김현, 이현세, 강촌, 허영만, 양인철이다. 물량 중심 제작환경이 만들어지며 질이 유지되지 않았다. 80년대 만화방 만화는 초반 창의성을 끝까지 이어가지 못했다. 결국 만화방 만화는 80년대 후반 사양길에 접어들었고, 그 빈자리를 채운 건 만화잡지였다.

80년대 만화방 만화에 새롭게 등장한 장르는 여성만화다. 보통 순정만화라 불린 80년대의 여성만화⁽¹⁷⁾는 만화방의 장편 만화를 시작으로 여성 독자들을 새롭게 불러모았다. 80년대 초반에 활발한 활동을 보여준 작가는 차성진, 이혜순, 김동화, 한승원, 권현수, 황미나 등인데, 이들은 잡지와 만화방 만화를 모두 발표했다. 황미나는 80년대에 본격적으로 활동을 시작한 작가인데, 서양의 격동기에 펼쳐지는 장엄한 사랑 이야기를 주로 다루었다. 〈이오니아의 푸른별〉(1980), 〈아뉴스데이〉(1982), 〈군바이 미스터 블랙〉(1983), 〈불새의 늪〉(1984), 〈우리는 길 잃은 작은새를 보았다〉(1985), 〈다섯개의 검은봉인〉(1987)에 이르기까지 잡지와 만화방 만화

(16) 손상익 〈한국만화통사 하 - 1945년 이후〉, 시공사, 1999년 초판 2쇄, p366

(17) 주로 여성작가가 창작하고, 여성편집자가 편집하고, 여성독자가 보는 만화로 순정만화보다는 여성만화가 정확한 개념이다. 본고에서는 순정 만화를 모두 ‘여성만화’로 지칭한다.

를 넘나들며 활발한 창작활동을 보여주었다. 여학교를 중심으로 순정만화 전문 만화방이 문을 열자 김혜린의 <북해의 별>(1983), 신일숙의 <라이어의 왕녀>(1984), 강경옥의 <현재진행형 ing>(1985), 김진의 <별의 초상>(1985), 이미라의 <바람의 방향>(1986) 등의 작품이 ‘프린스’라는 브랜드를 통해 출판되어 좋은 평가를 받았다. 80년대 중반 이후 만화방 여성만화는 김진, 신일숙, 김혜린, 강경옥 등 독특한 작품 세계로 이후 여성만화의 중심이 되는 작가를 발굴했다. 80년대 중반 새롭게 활동을 시작한 작가와 그들에 의해 창작된 작품들은 ‘순정(여성)만화=청소년 독자들이 좋아하는 로맨스’라는 등식을 파괴하며 여성만화의 영역과 독자층을 확대시켰다. 80년대의 대작 순정만화와 여기서 파생된 튼튼한 독자층은 순정만화전문잡지가 탄생되는 토대를 마련했다. 만화방이란 공간이 갖는 폐쇄성이나 다양한 작품에 대한 독자의 욕구는 특히 적극적인 수요계층으로 부상한 여학생들을 중심으로 전문잡지의 탄생을 촉발했다. 마침내 1988년 11월 국내 최초의 순정만화전문잡지 <르네상스>(도서출판 서화)의 창간되며 여성만화는 급격히 잡지만화로 이동한다.

5) 1990년대 만화방 시스템의 붕괴, 일본만화의 공포

1980년대 한국만화는 역사 이래 가장 극적인 시장 확대와 다양성의 확대를 동시에 경험했다. 80년대 초반 폭발적 성장의 힘이 되었던 만화방 만화는 80년대 후반 이후 소수 인기 작가의 프로덕션 시스템으로 유지되었다. 90년대로 접어들며 ‘잡지-단행본 시스템’이 정착되었다. 잡지-단행본 시스템의 씨앗은 1988 창간한 만화잡지 『아이큐점프』와 『르네상스』에서 시작되었다. 두 잡지는 소년만화와 순정만화의 대표적 잡지로 안착하며 90년대를 맞이했다. 90년대는 80년대와 확연하게 갈리는 대중문화의 시대였고, 10-20대의 세대가 X세대란 이름으로 불리며 대중문화의 주 향유계층으로 등장했다. 1989년 12월 『아이큐점프』는 별책부록으로 일본의 인기 만화 <드래곤볼>을 제공했다. 1991년 12월 창간된 『소년챔프』는 만화방의 인기작가인 고형석의 <마법사 아들 코리>와 일본만화 다카다 유조의 <3X3 아이즈>를 간판으로 내세운다. 『아이큐점프』와 『소년챔프』는 일본 출판사들처럼 만화잡지를 연령별, 장르별로 수직계열화시켜 나갔다. 잡지 가격을 저가로 유지했으며⁽¹⁸⁾, 만화 단행본을 출간해 수익을 올리는 구조를 정착시켰다.⁽¹⁹⁾ 또한 신인공모를 통해 새로운 신인들을 발굴해 데뷔시켰다. 연재되는 작품의 독자타겟도 10대 중후반으로 상향조정되었다. 독자의 연령이 올라가자 은밀한 섹슈얼리티를 담은 연출과 파격적인 폭력 묘사를 보여준 일본만화와 일본만화에 영향을 받은 신인 작가

(18) 저가만화잡지는 일본식 잡지-단행본 시스템의 핵심 사항이다. 싸게 팔아야 많이 팔리고, 많이 팔아야 단행본을 많이 팔 수 있기 때문이다. 창간 당시 『아이큐점프』 1,000원, 『소년챔프』 1,500원이었다. 1982년 『만화 보물섬』 가격이 1,500원이었다.

(19) 한국만화보다 일본만화에 기대며 잡지-단행본 시스템을 유지했다.

의 한국만화는 청소년층에게 폭발적인 지지를 받았다. 박산하의 <진짜 사나이>, 이충호 <마이 러브>, 소주완, 지상월의 <협객 붉은매>, 이명진 <어쩐지 좋은 일이 생길 것 같은 저녁>과 같은 밀리언 셀러들이 탄생하면서, 90년대 잡지-단행본 시스템은 점차 안정화되었다. 이런 와중에 출판업자들은 일본만화를 불법으로 출판했다. 만화방 만화는 마치 섬처럼 고립도였다. 만화 잡지-단행본 시스템으로 재편된 90년대 한국만화는 새로운 문화산업담론을 만나게 된다. 1994년 정부는 ‘현대자동차 1백50만대 판 수익과 <주라기공원> 수익이 맞먹는다’는 담론을 제안하며 문화산업의 경쟁력을 이야기했다.⁽²⁰⁾ X세대의 등장, 대중문화의 붐과 물리며 문화산업은 만화와 애니메이션을 새롭게 발견하게 만들었다. 1995년 정부는 “연간 3조원에달하는 세계 만화시장을 겨냥, 한국만화산업을 육성”할 목적으로 8월 10일에서 16일까지 한국종합전시장(현 COEX)에서 문화체육부의 주도로 제1회 서울국제만화페스티벌(sicaf '95)가 개최했다. 만화시장의 확대, 애니메이션에 대한 새로운 관심 증대, 정부의 정책 의지 등이 합쳐지며 만화에 대해 지금까지 단 한번도 존재하지 않았던 호의적 여론이 조성되었고, 270회 언론보도가 시행되었다. 그 결과 만화축제가 개최되자 1일 평균 2만5천 명, 총 15만 명의 관람객이 한국종합전시장을 찾았다. 15만 명의 관람객의 구성비를 보면, 유료 관람객이 91,600명으로 메인 행사장인 1층 태평양관을 찾은 인원이 89,378명이다. 이중 성인이 48%, 초중고생이 52%를 차지했다. 4층 애니메이션 상영관을 찾은 인원은 2,222명. 성인의 비율이 65%를 차지했고, 초중고생은 35%였다. 전체적으로 봤을 때 성인관람객이 50%에 달하는, 지금까지 만화에 대한 일반적인 선입견을 완전히 뒤바꿔 놓은 혁명적 사태가 벌어진 것이다. 연이어 1996년 개최된 SICAF '96은 총 40만명을 동원해 1일 평균 5만명의 관객동원력을 자랑했다. 만화의 복권은 화려했다. 갑자기 각광받는 미래산업이 된 만화산업의 주역인 출판사들은 빠르게 단행본 중수를 확대시켰다. 누구에게, 어떻게 팔아야 되겠다는 고민이나 작품의 완성도에 대한 고민보다는 물량을 확대하기 위해 새로운 잡지를 창간하고, 일본만화를 수입했다. 1997년 12월 3일 우리나라는 국가부도 위기에 직면해 국제통화기금(IMF)에 자금지원을 요청하게 된다. 중견기업들의 부도가 이어졌고, 고강도 구조조정이 시작되었다. 퇴직한 직장인들은 소자본으로 시작할 수 있는 자영업을 시작했는데, 90년대 초반 팽창한 아파트 단지의 상가마다 ‘만화대여점’이 문을 열었다. 만화대여점이 새롭게 등장하면서, 만화방은 음습한 구시대의 유물이 되어 폐업의 길을 걸었다. 만화방에 만화를 공급하던 프로덕션도 만화대여점용 만화를 만들었다. 60년대 등장해 오래도록 한국만화의 중심에 있던 만화방은 90년대 후반 만화대여점과 교체

(20) “1994년 1월 청와대 보고에서 당시 김영삼 대통령이 경제부가가치 창출에 문화를 효율적으로 활용하는 방안을 모색해 보라는 지시를 내렸다. 문화부는 1995년 5월 대통령의 지시를 받아 ‘문화산업’을 진흥하기 위해 문화산업국을 신설했다. (중략) 새롭게 신설된 문화산업국의 문화산업기획과는 ‘문화산업정책’에서 다른 분야를 결정해야 되었다. 경제부가가치창출이라는 측면에서 만화, 애니메이션, 게임이 지원과 진흥정책의 대상으로 탈바꿈을 한다. 매년 5월이면 화형대에 올라야했던 만화가 갑자기 부가가치창출의 대상이 된 것이다.”(박인하 <광장의 화형식과 결의대회, 혹은 골방에서 도심의 전시장으로>, 『크리티컬』, 2015년 8월 27일)

되며 완전히 시장에서 퇴출되었다.

만화대여점이 늘어나자 종수확대가 출판사의 수익을 늘리는 가장 확실한 비즈니스 모델이 되었다. 무서운 속도로 만화책이 많이 출간되었고, 대부분 일본만화였다. 잡지-단행본 시스템의 기본 요건인 저가로, 잡지가 많이 팔려 재미있는 인기작 단행본을 판매하는 전략이 일거에 붕괴되며 위기를 자초했다.

1997년 청소년보호법이 발효되자 성인용 만화는 바로 청소년유해매체가 되었다. 분리진열, 포장, 청소년유해매체 표시가 의무화되었다. 공교롭게 사전심의회는 위원으로 판정되었고, 청소년유해매체 유무는 사후심의를 통해 판단되었다. 그러니까 책 출간시점에서는 19금이 아니었지만, 추후 심의를 통해 19금 판정이 나기도 했다. 청소년유해매체 목록을 들고 일선 서점을 단속하기 시작했고, 서점에서는 성인용 만화를 반포했다. 어린이용, 청소년용, 성인용으로 수직계열화된 잡지-단행본 시스템의 만화잡지 중 성인만화잡지가 모두 한꺼번에 시장에서 퇴출되었다. 외환위기 이후 새로 들어선 국민의 정부는 초고속통신망⁽²¹⁾의 보급을 서둘렀고, 1998년 4월 9일 발매된 온라인 전략게임 ‘스타크래프트’는 청소년 엔터테인먼트의 트렌드가 되었다. 한국만화는 초고속통신망의 보급과 벤처붐을 통해 디지털화에 대한 고민을 시작했지만, 전통적 아날로그 시장을 대신할 것이라 기대하지는 못했다. 독자들이 떠났고, 90년대의 놀라운 성과는 세월의 뒷편으로 사라졌다. 한국만화역사상 가장 가능성이 넘치고, 산업적으로 각광받으며 시작한 시대는, 무척 혼란스럽게 저물기 시작했다.

2. 그리고 다음 세기로 넘어서다

세계의 주요 만화문화권은 미국, 일본, 프랑스(벨기에를 포함한), 이탈리아 정도다. 이들 국가를 제외하면 자국민화시장, 창작-제작-유통-소비로 이어지는 만화생태계를 보유한 국가를 찾기 힘들다. 만화생태계를 보유한 국가 중에서 잡지, 만화방(임대), 잡지, 만화대여점(임대), 디지털 전환 등으로 격렬한 생태계의 변화를 경험한 나라는 오직 우리나라만이 유일하다. 20세기 한국만화의 두 축은 만화방과 잡지였다. 적어도 20세기에 만화책을 구독하는 특수한 공급/소비 체계인 만화방은 일정정도 지분을 유지하고 있었다. 그러나 21세기 한국만화의 주요 축은 웹툰과 학습만화로 급격히 전환되었다. 1950년대 이후 만화방과 잡지는 서로를 밀고, 끌며 관계를 유지하던 만화방과 잡지가 붕괴한 것이다. 이 격렬한 변화에서 한국만화는 다음 세기로 넘어가게 된다.

(21) 1995년 ADSL 서비스가 보급되며 초고속 인터넷 서비스가 시작된다.

1. 새천년, 한국만화의 디지털 쇼크

근현대 만화의 등장은 인쇄 출판매체와 함께 했다. 만화를 대표하는 형식과 특징 역시 신문, 잡지, 단행본을 중심으로 발전했고 세계 만화의 현재도 인쇄 · 출판물 속에 있다. 과거 인쇄 출판매체는 라디오 · TV · 인터넷 등 뉴미디어의 등장과 함께 위기를 맞기도 했다. 이에 따라 만화의 역할도 축소되는 듯 했지만 인쇄 · 출판매체는 수 세기동안 구축된 익숙성, 보존성, 편의성, 효율성 등으로 제 위치를 고수했다. 그러나 이는 20세기식 사고이다. 21세기의 만화, 2000년 이후의 만화와 매체 환경은 전혀 다른 모습으로 변화하고 있다.

2000년을 전후해서 디지털 정보통신 기기의 등장과 보급에 따라 사람들의 생활이 달라지고 만화를 읽는 사람들의 행태도 달라졌다. 아동들은 여전히 행동 발달 과정의 하나로 집에서 책을 읽는다. 책 속에는 만화 또는 만화적 이미지가 포함되어 있다. 하지만 집이 정보통신 기기의 충전소가 되어 버린 청소년의 경우는 사정이 다르다. 머물러 있는 공간에서는 PC를 통해 인터넷의 다양한 서비스를 받고 있고 이동 중에는 스마트폰을 통해 통화, 문자송수신, 게임, MP3 듣기 등을 하고 있다. 교과학습용 서적 외의 인쇄 · 출판매체에 몰입할 시간과 여유가 없어졌다. 얼마간 출판만화의 사수대 역할을 하며 만화방과 만화대여점을 지켰던 청춘들 역시 인터넷이 알아서 챙겨주는 흥미로운 정보와 24시간 쉬지 않는 케이블TV의 오락 채널 앞에 몰려있다. 직장인들도 출퇴근 시간과 점심 식사 후의 나른한 한 때를 신문이나 잡지를 통해 해결하려 하지 않는다. 인터넷에 접속되어 있는 업무용 PC를 쉽게 떠나려 하지 않고 무선통신망이 깔린 건물 주변을 서성이며 손 안의 인터넷 세상에 빠져있다. 출판만화계에는 일부 여성 독자의 첫사랑이 남아있는 정도고 뉴미디어

의 접근률이 떨어지는 중장년층이 교양학습만화라는 새로운 영역을 통해 만화책 읽기에 참여하고 있는 정도다.⁽¹⁾

과거 만화책을 볼 수 있었던 공간도 하루가 다르게 달라지고 있다. 동네마다 즐비했던 대본소와 만화책 대여점은 비디오대여점으로 흡수됐다가 사라졌다. 은행, 병원, 미장원, 찜질방, 카페, 터미널 등 대기 시간이 필요했던 모든 공간에 비치됐던 만화책도 사라졌다. 그 자리에는 대형 LCD TV가 자리해 있다. 만화책을 통해 찾았던 생활의 여유와 몰입이라는 가치는 새로운 미디어 환경에 의해 빠르게 대체됐다. 한마디로 만화계는 ‘디지털 쇼크’에 허덕였다. 하지만 만화는 곧 새로운 영토를 찾았다. 새로운 매체의 등장과 보급은 기존 매체를 죽이기도 하지만 기존 매체의 색다른 가치와 역할을 강조해 주기도 한다.



[그림] 인터넷에서 만화를 본다는 개념을 심어준 초창기 '인터넷만화 서비스'

과거 속보 시장을 TV에 빼앗긴 신문이 분석 시장을 얻었던 것처럼, 만화책은 청소년과 청년층 중심의 오락적 효과 대신 아동층과 중장년층을 대상으로 한 정보적 효과를 얻기 위해 노력했다. 또, 2000년 대 초 음반계가 LP에 이어 CD를 버리고 핸드폰 벨소리와 음원수익을

(1) 박석환, 한국만화 100년의 특산물 웹툰, 〈한국만화100주년 전시도록〉, 2009

음반산업의 중심으로 전환시킨 것처럼 21세기 만화산업계는 만화잡지나 만화책이 아니라 인터넷 포털사이트의 만화 채널에 집중했다. 물론, 만화계가 먼저 디지털에 집중했다고 보기는 어렵다. 기존의 만화팬들이 디지털 기반의 콘텐츠에 집중하면서 인쇄·출판물로서의 만화를 떠났다. 이를 체감한 만화계가 디지털 정보통신 시대에 만화가 지녀야 할 새로운 가치를 강조한 것이다. 첫째는 정보성(지식)이 강조된 교양학습만화시장이고 둘째는 오락성(감동)이 강조된 디지털만화 또는 웹툰시장이다. 이는 그대로 장르가 됐고 새로운 시장이 됐다. 교양학습만화시장이 기존의 인쇄·출판시장과 연계성 안에서 발전한 것과 달리 디지털만화 또는 웹툰시장은 21세기 만화산업의 큰 전환점을 이룬다.

2. 디지털을 입은 만화의 패러다임 쉬프트

20세기 말, 21세기 초 인쇄·출판만화는 출판시장 전반과 함께 장기 불황의 터널 안에 갇혀 있었다. 반면 디지털 시대의 새로운 소비자들과 생산자들은 만화의 무대를 출판에서 인터넷으로 옮겨왔고 다양한 유형의 디지털만화 형식을 구축하는데 성공한다. 2000년 초부터 2005년을 전후해 등장한 디지털만화의 형식은 크게 세가지 유형이다. 첫째는 PC통신시절부터 등장해서 초고속인터넷의 대중화와 함께 포털사이트의 폭발적인 페이지뷰를 견인했던 이른바 ‘스캔만화(종이책의 형태로 유통되던 작품을 디지털 방식으로 전환하여 전송하는 방식의 만화)’가 있다. 둘째로는 ‘엽기토끼 마시마로’를 사회문화적 키워드로 등극시키며 인터넷의 중요한 콘텐츠 형식으로 떠올랐던 ‘웹애니메이션’ 또는 동적인 구성의 웹만화(매크로미디어사의 플래시라는 소프트웨어를 이용하여 제작한 애니메이션)가 있다. 셋째로는 제로보드 등 개인용 홈페이지 저작도구와 게시판 빌더, 블로그 등이 일반화되면서 등장한 ‘일기체 형식의 인터넷 만화’를 들 수 있다.⁽²⁾

1) 인터넷으로 옮겨온 만화방

스캔만화는 기존에 출판됐던 것을 디지털형식으로 유통한다는 측면이 강해서 다소 부정적인 의미로 부여된 분류명이다. 스캔만화 서비스 업체는 ‘인터넷만화방’으로 불렸고 한창 때는 20개 이상의 전문업체가 운영됐다. 이 업체들로부터 국내 100위 권 이내의 대표 사이트 80%이상이 만화를 공급 받아 무료 열람 및 판매 대행 서비스를 진행했다. 당시 인터넷에서

(2) 박석환, 인터넷만화의 성과, 출판만화계의 인식전환이 필요하다, 만화규장각, 부천만화정보센터, 2003

만화콘텐츠는 콘텐츠 자체의 판매수익과 함께 페이지뷰 수에 따른 광고수익 등을 담보해주는 주요 상품 역할을 했다.

과거 만화소비의 일반적인 행태는 대여소비였다. 작품별로 도서를 구매하는 방식이 아니라 만화방 업소에 배치된 도서를 빌려서 보는 방식이었다. 과외 대출시에는 작품당 비용을 받았지만 만화방 내에서 보는 경우에는 시간당 비용을 받는 방식을 취했다. 인터넷만화방 역시 이 같은 영업방식을 택했다. 1일 또는 1개월 이용요금을 내고 사이트 내에 수록되어 있는 모든 작품을 자유롭게 볼 수 있도록 했다. 이로 인해 작품의 우수성이 아니라 작품수의 고저가 곧 사이트의 우수성이자 경쟁력이 됐다. 이는 과거 만화방 중심의 만화시장에서 벌어졌던 ‘저급 만화 생산’, ‘일본만화 밀어 찍기’와 다르지 않은 방식으로 전개됐다. 영화콘텐츠의 인터넷 VOD서비스 등이 오프라인에서와 마찬가지로 작품 당 소비 방식을 취하면서 작품 자체의 독립적 판매 가치로 경쟁하는 것과는 상반된 부분이다. 이는 초기 시장 진입 시에는 유효한 전략이었지만 장기적으로는 ‘판의 성숙’을 저해하는 요소가 됐다.

당시 코믹플러스, 이코믹스, 캔디33, 점프스 등의 인터넷만화방 업체가 운영됐고 박봉성, 이재학, 황성, 하승남 등 3천 권 이상의 작품을 생산해낸 만화가들이 독자적인 도메인을 통해 작품 서비스를 진행했다. 이 시기 인터넷만화방에 서비스되고 있는 한국어판 만화의 총수는 4만~5만 여권 정도였고 시장 규모는 연 300억 원 수준이었다.

스캔만화의 변용 된 형태로는 기존 출판만화를 디지털 방식으로 전환하여 컬러링 작업을 하거나 이미지 중간 중간에 동적인 개념이나 사운드 등을 삽입하는 방식의 작품군이 있다. 주로 성인취향의 작품들로 컬러만화, 음성만화 등으로 불린다. 또 한 축을 이루고 있는 부분으로는 종이책 출판을 목적으로 사전에 인터넷을 통해 발표되는 작품군이다. 엔포, 코믹스투데이 등 초기의 인터넷만화서비스업체들이 새로운 출판만화모델로 소개했던 부분이지만 과도한 제작비 등의 문제로 중단됐다. ‘진짜 인터넷만화’라는 의미에서 ‘오리지널 인터넷만화’, 인터넷으로만 연재한다는 의미에서 ‘온니 인터넷만화’ 등으로 불리기도 했다.

이 시기 출판만화의 장기불황과 함께 창작무대를 잃었던 기성작가들이 인터넷을 무대로 독자와 만나기도 했다. 김준범, 박희정, 윤태호 등 젊은 작가그룹은 물론이고 장태산, 김혜린, 김광성 등 중견 작가그룹까지 인터넷으로 들어왔다. 이들은 단순히 팬사이트 또는 자신의 일상을 소개하는 홈페이지 수준을 넘어서 새로운 작품을 연재하고 홍보하는 등 독자적인 작품 유통망으로 인터넷을 이용했다. 스캔만화 서비스업체가 인터넷을 기존의 만화전문 출판과 대본소 또는 대여점과 같은 거대 유통망으로 인식하고 있는 반면 이들 작가들은 인터넷을 미디어로 인식했다.

2) 웹툰이라 불렀던 웹애니메이션



[그림] 플래시 프로그램으로 제작되어 다양한 연관 상품을 만들어낸 '엽기토끼 마시마로'

이 유형의 만화는 '플래시' 등의 애니메이션 저작도구를 이용한 작품이다. 일반적인 애니메이션처럼 만화에 동적인 효과와 소리를 가미한 작품으로 '인터넷의 멀티미디어적 효과를 이용한 만화'라는 측면에서 '웹툰(Web+Cartoon)'이라 불기도 했다.⁽³⁾ 플래시는 초대형 자본과 전문적 기술력이 있어야만 가능한 것으로 여겨졌던 멀티미디어 콘텐츠 생산과 유통에 일대 혁신을 가져온 프로그램이다. 인터넷과 가장 궁합이 잘 맞는 프로그램 중 하나인 이 저작도구의 등장은 누구나 소규모로(지극히 개인적인 용도로도) 멀티미디어 콘텐츠의 생산과 유통이 가능하다는 것을 증명했다. 국내 웹애니메이션계의 첫 번째 스타라고 할 법한 '엽기토끼 마시마로'가 이 같은 형식으로 제작되어 유통 됐다. 2000년 이후 인터넷을 통해 급속하게 번졌던 '엽기'라는 단어도 이 작품으로부터 비롯된 것이다. 사전적 의미와는 별개로 당시 '엽기적'이라는 의미는 '기이한 일이나 현상, 취미, 열정 등을 강조하기 위한 수사'로 사용됐다. 웹애니메이션이 지극히 개인적인 '기이한 열정'의 산물로 등장한 것과 같이 유통과 소비의 과정에서도 기이한 방식이 작동했다. 기존 문화콘텐츠의 유행은 미디어의 보도나 입소문을 통해 이뤄졌다. 그러나 이들 콘텐츠는 인터넷 게시판을 중심으로 한 이용자의 즉각적인 반응(덧글)이나 이 콘텐츠를 다른 사이트에 옮겨놓는 행위(펌글) 등을 통해 명성을 얻었다.

웹애니메이션의 성공은 오프라인의 캐릭터 시장으로 옮겨졌고 출판, 방송, 영화 등 원소스멀티유즈(One Source Multi Use)의 사례를 구축해냈다. 엽기토끼 마시마로의 성공이후 '줄라맨', '우비소년' 등의 웹애니메이션 캐릭터가 각광 받았다. 마시마로와 줄라맨이 무명 아티스트의 개인적 인터넷 활동으로 스타가 됐다면 우비소년은 인터넷 기업의 체계적 프로모션을 통해 스타

(3) 물론, 현재적 의미의 웹툰과는 다르다. 초저예산 애니메이션이라고 할 수 있는 이 유형의 콘텐츠를 당시에는 웹툰이라 했다.

가 된 케이스이다. 이들 외에도 웹애니메이션 제작을 통해 무일본 성공신화를 구축한 그룹으로
는 흥스구락부, 청설모 등이 있다. 이들은 인터넷을 창작도구이자 유통도구, 소비촉진도구로
활용했다. 그러나 빛이 있으면 그림자도 있는 법이다. ‘엽기’ 코드를 만들어낸 웹애니메이션 분
야는 초기의 다양성을 잃고 ‘과도한 엽기성’을 반복 활용하면서 소비자들의 선택에서 멀어졌다.

3) 웹툰이라 불리게 된 일기체 형식의 에세이만화

속칭 ‘감성만화’ 또는 ‘에세이만화’라고도 불렸던 ‘일기체형식 인터넷만화’의 첫 번째 스타는 ‘
스노우캣’이다. 스노우캣은 자기가 간혀 사는 세상이 전부인줄 아는 인터넷세대(누에고치족)
를 대표한다. 자신들의 모호한 열정과 게으른 일상, 생활과 사고의 모순을 스노우캣이 대신
경험하고 다시 보여주며 함께 반성하자고 했다. 무명의 작가가 독백 형식으로 그려서 자신의
홈페이지를 통해 공개한 이 작품은 매일 매일 일기 형식으로 인터넷에 올라왔고 몇몇 이들을
통해 여기저기 떠돌기 시작했다. 전혀 새로운 만화창작 형식과 편집형식, 유통형식, 소비형식
이 생성된 것이다. 2005년 중후반 유사성과 차별성을 내세운 수많은 작가들의 도전에 주춤하
기도 했지만 ‘스노우캣’은 ‘만화의 디지털화’와 맞물리며 스크롤마우스의 기능성에 입각한 만
화의 형식, 작가의 자기고백서사, 게시판 중심으로 한 독자와의 상호소통 등 현재적 개념
의 ‘웹툰’이 지니고 있는 모든 특징적 요소들을 담아냈다. 일기체형식 만화의 성공을 이끈 일
등공신은 ‘미디어로서의 인터넷’이다. 그리고 이를 가능하게 한 인터넷 게시판의 기능성이다.
아직 개인형 미디어 서비스인 블로그가 대중화 되어 있지 않은 상황에서 게시판은 인터넷 문
화를 대표하는 도구였다. 인터넷 사이트 여기저기에 붙어있는 게시판은 가장 최근 게시물이
맨 위에 올라있는 형식을 취한다. 일종의 콘텐츠 목록집이 곧 게시판이다. 각각의 목록은 그
안에 담겨있는 콘텐츠와 연결되어 있고 여기에는 파일을 첨부하거나 답글을 달고 점수를 줄
수 있는 등 여러 가지 기능이 포함되어 있다. 게시판의 종류도 다양해서 일반적인 목록 형식
에서부터 다이어리 형식, 달력형식, 메모장 형식, 방명록 형식 등이 있다. 이들 게시판은 일종
의 웹프로그램으로 호스팅업체(웹사이트를 만들려는 이들에게 저장 공간 등을 임대해주는 업
체)에서 개인 사용자를 대상으로 유료 또는 무료로 제공해준다. 당시 게시판 용도로 가장 넓
게 쓰인 것이 ‘제로보드’라는 이름의 프로그램이었다. 요즘 블로그 만드는 것처럼 간단하지는
않지만 몇 가지 개념만 알면 자신이 원하는 형태의 게시판을 만들 수 있다. 스노우캣을 비롯한
다수의 일기체 형식 만화의 주인공들이 하이퍼미디어(Hyper Media) 기능을 손쉽게 구현해주
는 이 프로그램을 이용해서 웹에 작품을 올렸다. 이들 작품은 그림연출이 주가 되고 대사를 음
성문자 형식으로 부가 배치하는 기존 만화와는 달랐다. ‘그림으로 설명할 것을 글로 설명하지
말라’는 만화계의 원칙과는 반대로 글이 그림보다 더 중요한 메시지 전달 수단으로 활용됐다.
그림이 컷을 지배하는 구조가 아니라 문자메시지를 강화하는 의미에서 사용되는 경우도 많았
다. 자연히 이를 만화의 문법을 소화하지 못한 초보자들의 작업이라 폄하하는 이들도 있었다.



[그림] 웹툰의 형식적 특성을 제시한 '스노우캣'의 초창기 스타일

이 그룹의 작품군으로는 앞서 소개한 〈스노우캣〉을 필두로 화사한 이미지와 따뜻한 감성으로 남녀 간의 연애 이야기를 들려준 심승현의 〈파페포포 메모리즈〉, 베스트셀러 목록을 장기간 지배하고 있는 정현제의 〈포엠툰〉과 〈완두콩〉, 엽기성에 사회성을 보태면서 참여만화적 작품활동을 선보이고 있는 강도영의 〈지치지 않을 물음표〉, 엽기에 이은 페인 신드롬과 함께 떠오른 김풍의 〈페인의 세계〉, 강력한 캐릭터성으로 이 분야 최고의 상업성을 확보한 〈마린블루스〉와 〈문스패밀리〉, 〈퍼굴이의 푸른 공작소〉 등이 있다. 이들 작품은 인터넷의 개인홈페이지 또는 커뮤니티 사이트 등을 통해 소개됐던 것으로 작품의 외형이나 구성, 소비형식에 있어서는 스노우캣과 유사하다. 반면, 이들 작품은 작가 개개인의 감수성과 상호소통하는 독자들의 성향에 맞춰 나름의 차별성을 보이며 전개됐다. 특히 이 같은 작품군이 유행하고 하나의 그룹을 이루면서 기존에 웹툰이라 불리던 웹애니메이션의 명칭이 이들 작품군에 부여되기 시작했다. 기존 만화뿐만 아니라 초기 디지털만화 분야에서도 패러다임 쉬프트(Paradigm Shift)가 이뤄진 것이다.

3. 대안적 만화 '웹툰'의 생태계 구축 과정

웹툰은 초창기 웹애니메이션 형식을 포함한 '짧은 유우머'라는 개념에서 탈피해 현대만화의 가장 대중적 형식인 서사만화의 성격을 취하면서 급속하게 발전했다. '다음에 계속'으로 대표되는

연재만화의 ‘궁금증 유발효과’는 포털 사이트의 막대한 이용자 유입률과 함께 ‘만화 독자’를 기하급수적으로 확산시켰다. 이는 갈래갈래 찢어졌거나 중도에 이탈한 ‘만화세대’ 즉, 과거의 만화독자와 현재의 만화독자를 재결집 시킨 결과로 볼 수 있다. 이제 웹툰은 21세기 한국만화의 진화를 상징한다. 새로운 매체 환경 하에서 새로운 작가와 작품, 이용자의 선순환 구조를 만들어냈고 다른 매체나 예술분야와의 유기적 관계 속에서 자가번식과 팽창을 거듭하며 독자적인 생태 공간을 조성하는데 성공했다. 생태계 구축은 크게 다섯 가지 전개과정을 통해 이뤄졌다.⁽⁴⁾



[그림] 신인작가 코너인 '나도만화가'를 통해 웹툰의 생태계를 마련한 미디어다음

첫째는 매체의 다양화이다. 웹툰은 2000년을 전후하여 개인홈페이지를 주 매체로 등장했다. 이후 대형포털사이트의 중요 섹션으로 발전했고 최근에는 온오프라인 신문사(스투, 머니투데이), 무선통신사(툰도시), 온라인게임포털(젼툰), 애니메이션케이블채널(투니랜드), 대기업 및 기관의 브랜드홍보사이트(삼성, 마사회) 등으로 웹툰을 연재하는 매체의 폭을 넓혔다. 둘째는 신인등용의 구조화이다. 포털사이트 다음은 '나도만화가' 코너를 마련해서 예비만화가나 신인만화가들이 의욕적으로 작품 활동을 하고 이용자들의 평가를 통해 정식 등단할 수 있는 시스템을 구축한 바 있다. 이를 통해 호랑, 제피가루, 텃넷네임 등의 작가가 등장했다. 2008년 네이버는 기존의 '도전만화' 코너와 정식 연재코너 사이에 '베스트도전'이라는 단계를 하나 더 구성했고 다음은 2011년 기존의 '나도만화가' 코너를 확대 개편한 '웹툰리그' 섹션을 추가 구성했다. 이른바 취미만화가와 만화가지망생, 신예만화가 그룹을 분리하기 시작했

(4) 2010만화산업백서, 한국콘텐츠진흥원, 2011

다. 이 같은 ‘내부계단’은 신예작가의 등장과 육성을 위한 중요한 시스템으로 작용하고 있다. 셋째는 활동작가의 다층화이다. 매체 다양화와 신인작가 양산시스템 구축은 웹툰시장 규모를 확대시켰다. 이는 자연스럽게 출판 매체를 중심으로 활동하던 작가들의 참여를 유도했다. 강도하(강성수), 양영순의 웹툰이 선도적이며 도전적 측면을 가지고 있었다면 황미나, 윤태호, 윤종문, 조재호, 김경호로 이어지는 기성 만화작가의 참여는 웹툰 콘텐츠를 풍성하게 만들었다. 이들과 함께 애니메이션, 방송, 소설 등 타분야에서 활동하던 크리에이터들의 참여가 이어지면서 포털 웹툰은 스토리텔링콘텐츠 분야의 산과 역할을 하고 있다.

넷째는 이용층의 안정화이다. 초기 웹툰시장의 주 사용자층은 20대 여성에 집중되어 있었다. 이는 웹툰의 성장이 ‘카페’라는 사용자 커뮤니티와 콘텐츠를 기반으로 한 포털사이트 다음으로 부터였고, 2003년 강풀의 〈순정만화〉가 주요한 역할을 했다는 측면에서 추론할 수 있다. 이에 반해, 네이버는 조석의 ‘황당개그’를 앞세운 〈마음의 소리〉를 기반으로 만화섹션에 웹툰 코너를 구축하면서 경쟁 구조를 형성했다. 이후 네이버는 다음과의 타겟층 분할을 시도했다. 다음의 웹툰이 서비스 연차를 더해가며 핵심 구독층의 연령대가 높아지고 있는 사이, 네이버는 고정 캐릭터를 중심으로 한 에피소드 형식의 웹툰을 전면 편성해 저연령대 사용자를 공략하는데 성공했다. 두 매체 간 대결구도가 웹툰의 스타일과 타겟독자층의 분리를 통해 명확성을 드러내자 이 틈새를 향해 다양한 매체의 도전이 이뤄졌다. 뒷 힘이 부족한 듯 보이지만 눈에 띄는 도전은 SK텔레콤의 톤도시였다. 유무선을 연동한 독립적인 만화포털사이트인 톤도시는 양대 포털사이트가 주 타겟층을 분리하고 있을 때 ‘유료서비스’라는 새로운 물을 제시했고, 남성성을 대표하는 만화가 이현세의 스포츠신문 연재만화 〈비정시공〉의 컬러판을 연재하며 남성독자층을 겨냥했다. 포털사이트 야후도 〈낙장불입〉, 〈멜랑꼴리〉 등 ‘19금’ 연재만화를 게재하며 남성독자층을 이끌었다. 웹툰은 특정 연령대나 무료소비자층뿐만 아니라 남녀노소를 불문하고 유료소비자층까지 사용자를 확대하며 이용층의 다양화와 안정화를 이뤘다.

다섯째는 수익의 다각화이다. 포털사이트를 중심으로 성장한 웹툰은 포털사이트의 광범위한 사용자 유입률을 바탕으로 광고매출이라는 안정적 기반 위에서 무료서비스를 진행해 왔다. 이 때문에 웹툰작품의 수익성은 웹툰매체에 대한 연재고료로 국한되어 있었다. 웹툰작가는 포털사이트 연재를 통해 작품 또는 작가의 ‘인지도상승’이 이뤄지면 별도의 창작활동 또는 유사창작활동(광고만화 등)을 통해 수입을 얻었다. 그러나 경쟁이 치열해지면서 사전기획 단계에서부터 세밀한 준비와 검토가 필요하게 됐고 이는 역설적이게도 색다른 기업의 참여로 이어졌다. 즉, 웹툰을 기획하는 단계에서 연재권, 출판권, 타매체 전송권, 각종 판권, 작품 내 광고권 등이 사전 판매되고 있다. 이현세의 〈비정시공〉, 윤태호의 〈세티〉, 지강민의 〈와라편의점〉 등이 대표적이다.

4. 웹툰의 시대 이끈 웹툰플랫폼의 운영 전략

2015년 현재 한국만화계는 가히 웹툰(Webtoon)의 시대라 할 만하다. 매일 1천만 명 내외의 사람이 웹툰을 본다. 웹툰 시장이 활성화 되면서 7천억 원 대로 유지되던 국내 만화산업 규모도 급 성장하고 있다. 한국콘텐츠진흥원은 ‘제3차 만화산업 중장기 계획’을 통해 ‘2018년 국내 만화산업 매출 1조원 시대’를 미션으로 선정했다. 그만큼 많은 사람이 보고 있고 그만큼 시장 기대치가 높다는 것을 반증한다. 웹툰 분야의 매출 규모는 2014년 기준 1천7백억 원 규모로 추정된다.⁽⁵⁾



[그림] 드라마로 제작되어 큰 호평을 받은 윤태호의 웹툰 '미생'

실례로 작가 윤태호는 웹툰 한 편으로 대중문화계의 대표 아이콘이 됐고 그의 작품 <미생>은 ‘웹툰노믹스(Webtoon + Economics)’라는 신조어를 등장시킬 만큼 강력한 파생력을 보여줬다. 총 11억 뷰를 기록한 웹툰의 인기에 힘입어 TV드라마가 제작됐고 드라마가 인기를 끌면서 단행본 출판과 광고, 캐릭터 라이선스 시장까지 폭넓은 파생 상품이 출시되면서 500억원 이상의 매출을 만들어 낸 것으로 추정된다. ‘미생 효과’를 전후로 웹툰에 대한 기대감이 증폭하면서 다종다양의 신규 웹툰플랫폼이 생겨났다. 레진코믹스, 탑툰 등은 오픈 첫 해 연매출 100억원을 훌쩍 넘기면서 웹툰과 웹툰서비스가 대형 포털사이트의 전유물이 아님을 명확히 했다. 현재 웹툰을 게재하고 있는 매체는 40여 개에 이른다. 네이버, 다음, 네이버를 비롯한 포털사이트부터 KT, SKT 같은 통신사, 카카오나 라인 같은 어플리케이션사, 코미코 같은 게임 회

(5) 웹툰산업 현황 및 실태조사, 한국콘텐츠진흥원, 2015

사, 스포츠투데이, 머니투데이 같은 언론사 그리고 웹툰서비스만을 목적으로 설립된 전문 웹툰플랫폼사에 이르기 까지 그야말로 ‘웹툰 전국시대’라 할 만큼 다종다양의 업체들이 참여하고 있다. 정식 연재되고 있는 작품 수는 2,061편(웹툰 정보사이트 ‘웹툰인사이트’ 2015년 7월 통계 기준)이다. 통상 1작가가 복수의 작품을 연재하지 않는다고 보면 2천여 명 이상의 작가가 활동하고 있는 셈이다. 과거 만화잡지 발행 기준으로 보면-한 종의 잡지에 연재만화 15편 가량이 연재된다고 할 때-137종의 잡지가 발행되고 있는 것이다. 90년대 만화잡지 붐이 일었을 때 발행되던 잡지가 30여 종 수준이었던 것에 비춰보면 실로 방대한 규모가 아닐 수 없다. 웹툰은 사라졌던 만화의 중심 소비층을 다시 불러들이고 만화 소비 단절층이라고 할 수 있는 30~40대까지 다시 만화 소비자로 만든 것에는 여러 가지 요인이 있을 수 있다. 그 중 대표적인 요인 세가지를 꼽자면 첫 째가 ‘내용과 형식의 다양성’일 것이다. 훈련되지 않은 작가의 등용은 그 자체로 새로운 만화의 등장을 촉진하는 역할을 했다. 이로 인해 전통적인 방식으로는 작품의 장르를 정의할 수 없는 웹툰이 다수 탄생했다. 둘째는 ‘사용자 지향성’이다. 작가의 명성이나 편집자의 권위에 의해 작품을 선택하지 않고 철저히 소비자의 선택에 의해 작품을 선택하고 편성했다. ‘도전만화’ 코너나 ‘웹툰리그’ 같은 일종의 오디션 프로그램을 통해 사용자로부터 사전 평가받은 작품을 정식 연재 코너에 게재하는 방식을 취함으로써 사용자의 참여를 강화했다. 이는 생산자와 소비자 간의 관계를 재정 의하게 하였다. 마지막으로 꼽을 수 있는 것이 ‘무료 가격 정책’이다. 웹툰이 ‘무료’라는 가격 정책을 내세웠을 때 전통적 만화산업계에서는 ‘공멸의 길’이라며 비판했다. 하지만 결과적으로 보면 포털 웹툰의 무료 가격 정책은 소비자를 ‘급 확대’시켰고 주변 시장의 관심을 ‘급 집중’시켰으며 콘텐츠의 ‘새로운 가치를 창출’하는 역할을 했다. 종이책 판매가 주 매출원이었던 전통적 만화산업계 입장에서 보면 만화를 무료로 제공하고 광고 수익을 주 매출원으로 보는 포털의 비즈니스 모델을 반대할 수밖에 없었다. 하지만 포털이 종이책 판매액을 상회하는 광고 매출을 올리고 무료 서비스를 통해 얻은 콘텐츠에 대한 인지도를 기반으로 다양한 라이선스 사업을 전개하면서 수익 포트폴리오를 다양화하자 입장을 달리하기 시작했다. 여기에 일부 웹툰을 중심으로 점진적이고 안정적인 ‘유료 전환’을 현실화 시키면서 전통적 만화산업계도 웹툰플랫폼에 참여하게 만들었다. 포털이 바꾼 경쟁의 규칙 안에서 포털이 조성한 소비자 그룹을 위한 만화를 내놓게 됐다.⁽⁶⁾

현재 웹툰은 말 그대로 ‘만화의 대명사’가 됐다. 일례로 문화체육관광부는 매년 11월3일 만화의 날을 맞이해 그 해 대표 만화를 ‘오늘의 우리만화’로 선정한다. 2014년 ‘오늘의 우리만화’는 <아만자>(올레웹툰), <먹는 존재>(레진코믹스), <치즈 인 더 트랩>(네이버), <곰게 자란 자식>(다음), <송곳>(다음)이었다. 각기 다른 소재와 형식을 취한 걸작들로 대중적 인기와 함께 높은 완성도를 보여준 작품들이다. 주목해야 할 것은 다섯 편 모두가 웹툰이라는 점이다.

(6) 박석환, 왜 사람들은 웹툰에 열광하는가, 한국출판마케팅연구소, 2015

지난 5월 발표된 2015 서울국제만화애니메이션축제의 주목할 작가상도 웹툰 <데이지오버타임>의 선우훈에게 돌아갔다. 최근 발표된 2015 부천국제만화대상 역시 윤태호의 웹툰 <인천상륙작전>이 수상했다. 그야말로 ‘웹툰 천하’가 된 셈이다. 해외 시장에서의 반응도 크게 다르지 않다. 과거 한국의 만화가 ‘Manhwa’라는 이름으로 유럽과 미주 시장에 진출했다면 지금 세계 만화시장에서 한국만화를 대표하는 명칭은 ‘Webtoon’이 됐다. 미국의 저명한 만화 이론가 스콧 맥클라우드, 영국의 만화평론가 폴 그라빗, 일본의 만화 이론가 오오츠카 에이지도 한국이 탄생시킨 세로 스크롤 방식의 디지털만화 ‘웹툰’에 집중하고 있다. 웹툰이 곧 전통적인 만화의 형과 식을 바꾸고 디지털화 된 사용자의 콘텐츠 이용환경에 맞춰 발전했기 때문이다. 새로운 판을 만들고 새로운 경쟁의 규칙을 만들어 냈기 때문이다.

5. 한국형 디지털만화 웹툰의 세계 진출 방향

1) 한국만화의 해외 진출사

“2010년 기준 국내 만화산업의 매출액은 7,419억 원, 부가가치율은 50.11%, 수출액은 815만 달러(약90억 원), 수입액은 528만 달러로 조사⁽⁷⁾됐다. 전년대비 매출액의 변화는 크지 않았지만 수출액의 경우 420.9만 달러에서 93.7% 증가했고 수입액은 549만 달러에서 3.8% 감소했다. 2010년은 만화가 산업화 된 후 수출액이 수입액을 초과한 최초의 해이다.

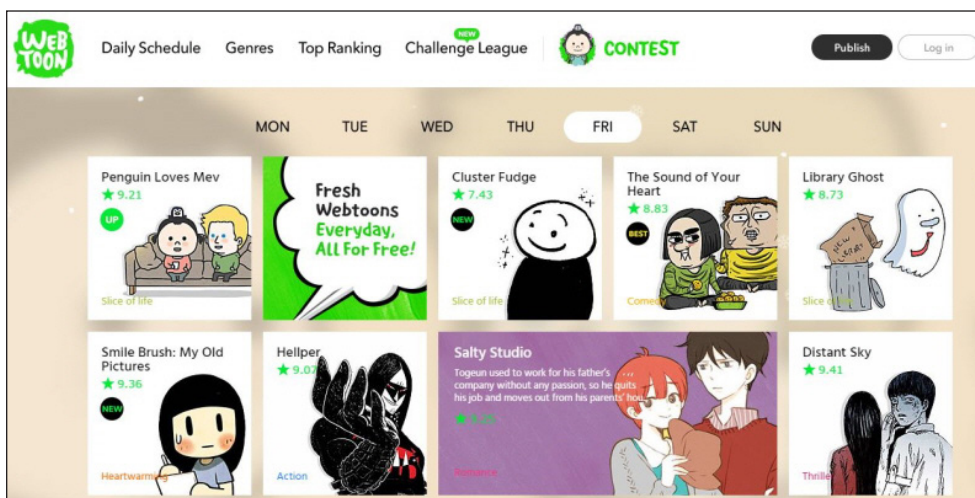
한국만화의 해외 진출사는 결코 짧지 않다. ‘라이파이’ 시리즈로 60년대 최고의 인기를 누렸던 산호가 1966년 미국으로 건너간 것이 한국만화가의 본격적 해외진출의 시작이라 할 수 있다. 산호는 당시 대표적 만화출판사 중 하나였던 뉴욕 찰튼코믹스의 전속작가로 ‘샤이언키드(Cheyenne Kid)’ 시리즈 등 600여 권의 작품을 발표했다. 이후 현지화된 작품창작부터 단순 번역 수출까지 다양한 시도가 있었다. 김 리, 프랭크 조, 재 리 등 재미교포 출신 만화가들이 미국의 주류 만화계에서 맹활약하는 등 다양한 양상으로 전개됐다. 그러나 단순 번역 수출된 작품들은 ‘조금 색다른 망가(일본만화)’로 이해됐을 뿐 주목할 만한 성과를 보여주지는 못했다. 90년대에는 ‘스폰’으로 유명한 미국출판사 이미지코믹스에서 장태산, 김재환, 김태형 등의 한국작가를 섭외해 코믹북 시리즈를 연재하도록 한바 있고 2000년대에는 한국출판사 아컴이 미국에 현지법인 파워하우스엔터테인먼트를 설립하면서 이태행, 형민우, 강찬호·서승원 등의 작가가 활약했다.

동아시아만화의 전통을 공유하며 동반 성장해온 일본만화계 진출은 조금 더 적극적으로 진

(7) 한국콘텐츠진흥원, 만화산업백서, 2012

행했다. 1985년 정통사극에 능했던 방학기의 ‘임궽정’이 ‘이조수호전(李朝水滸傳)’이라는 제목으로 일본에 수출되면서 이현세의 ‘활’과 박흥용의 ‘백지’ 등이 뒤를 이어 수출됐다. 결정적인 계기가 됐던 것은 1991년 프랑스앙굴렘국제만화축제였다. 일본만화 특별전이 꾸며졌던 이 축제 후 일본은 ‘세계만화의 다양성을 흡수하여 자국만화를 세계화하는 전략’을 추진했다. 그 일환으로 일본 고단샤 출판사가 1993년 ‘모닝’이라는 잡지를 통해 황미나의 ‘윤희’, 오세호의 ‘낙시’, 안수길의 ‘호야’, 이재학의 ‘대혈하’ 등 본격적으로 한국만화를 연재하기 시작했다. 2000년 초부터는 현지 편집진과의 사전 기획 하에 망가(일본만화) 스타일의 작품이 제작됐다. 윤인완·양경일의 ‘신암행어사’, 임달영·박성우의 ‘흑신’ 등이 인기를 얻으면서 박무직, 고진호, 박중기 등 다수의 만화가들이 일본시장에 안착했다.

프랑스, 벨기에 등의 유럽 국가에서는 문예성이 강하고 한국의 역사와 현재를 담아낸 서정적 작품들이 ‘있는 그대로’ 수출되고 있다. 해당 국가의 시장규모와 만화의 연관 산업 파급력이 일본이나 미국처럼 크지 않기 때문에 단순 번역 된 작품이 수출되는 측면도 있지만 한국만화의 ‘낯섦’을 다양성으로 인정해주는 문화적 차이도 존재한다. 이두호, 김동화, 이희재, 강도하, 박건웅 등 한국 내에서도 독자적인 작품세계를 형성하고 있는 이른바 ‘작가주의만화’가 2003년 한국만화특별전이 열린 프랑스앙굴렘국제만화축제 이후 꾸준히 수출되고 있다. 이처럼 한국만화의 해외진출은 전 세대의 도전과 성과를 바탕으로 확대일로에 있다. 최근에는 국내외적으로 각광 받고 있는 한국형 디지털만화 ‘웹툰’이 미래 만화시장의 선도자로 영향력을 넓혀가고 있다.



[그림] 한국만화 해외 수출의 새로운 모델을 제시한 네이버와 라인의 영문 웹툰 서비스

2) 웹툰의 해외 반응과 진출 방향

웹툰은 나름의 진화 과정을 통해 한국만화산업계의 견고한 생태계를 디지털 기반으로 전면 개

편해냈다. 한국 웹툰의 이 같은 성과는 국내 만화계뿐만 아니라 해외 만화계에서도 높은 평가를 받고 있다. 지난해 여름 인터넷을 뜨겁게 달군 호랑(본명 최종호) 작가의 ‘봉천동귀신’과 ‘옥수 역귀신’은 네이버 웹툰에 게재된 다음 날 미국의 만화사이트 코믹얼라이언스(Comics Alliance)에 번역본으로 재게재 됐다. 이 작품을 접한 외국인들은 자신 또는 주변사람들이 깜짝 놀라는 장면을 동영상으로 촬영해서 유튜브에 올리기 시작했다. 이 소식이 한국 언론을 통해 소개되면서 호랑 작가는 단숨에 세계에서 가장 주목받는 웹툰스타 중 한명이 됐다. 현재 호랑 작가의 작품 대부분은 외국의 웹툰 커뮤니티 사이트에 올라 있다. 호랑 외에도 손재호, 이광수 작가의 ‘노블레스’, 지강민의 ‘와라 편의점’ 등 수 많은 한국 웹툰이 해외 사용자에게 의해 망가폭스나 코믹리소스, 웹툰라이브(www.webtoonlive.com) 등의 만화 커뮤니티 사이트에 무단 또는 적법하게 게재되어 인기를 얻고 있다. 미국의 저명한 만화평론가인 스콧 맥클루드까지 나서서 자신의 트위터를 통해 웹툰 붐에 주목할 만큼 한국이 만들어낸 ‘웹툰’은 전 세계 인터넷 사용자를 팬으로 만들어가고 있다.⁽⁸⁾ 이처럼 웹툰은 정보통신 강국이라는 한국의 글로벌 이미지를 기반으로 세계 시장을 향해 큰 걸음을 내딛고 있는 중이다. 일본의 망가, 미국의 그래픽노블, 프랑스의 방드테시네처럼 한국의 웹툰이 세계만화를 대표하는 장르로 성장하고 있다. 이미 웹툰계의 스타작가인 강풀, 강도하, 주호민, 하일권 등의 작품은 ‘한국문화의 전령이자 한국어 학습물’로서 폭 넓게 읽히고 있다. 2013년을 전후로 해서는 국내 웹툰사업자의 해외진출도 활발하게 전개되고 있다. 프랑스의 텔리툰이 한국형 웹툰서비스를 개시했고 일본에서는 한국계 게임사가 코미코라는 이름의 웹툰서비스를 개시했고 일본만화계의 전통적 사업자들도 다수의 웹툰서비스를 진행하고 있다. 미국에서는 한국계 미국법인 타파스틱이 웹툰서비스를 진행하고 있고 마블코믹스 등은 한국 웹툰사업자와의 제휴를 통해 다양한 유형의 웹툰콘텐츠를 양산하고 있다. 아직 그 규모는 미비하지만 이 같은 밑받침이 유지되고 발전적 시도들이 계속된다면 일본의 망가와 함께 한국의 웹툰이 세계만화시장에서 양자 대결을 펼치는 날을 기대해 봐도 좋을 것이다. 물론 이를 위해서는 지금보다 체계적인 전략과 혁신적 전술이 요구된다. 첫째로 이미 해외 진출에 성공한 만화가를 중심으로 한국만화의 현지생산과 소비가 유지될 수 있도록 관리해야 한다. 둘째로 상대적으로 시장규모가 작은 동남아나 유럽의 경우는 국내 창작만화의 해외출판권 판매에 주력하고 시장규모가 큰 일본이나 미국의 경우는 현지 소비자의 구미에 맞는 맞춤형 창작만화가 생산될 수 있도록 해야 한다. 셋째로 국가별로 선호하는 장르가 다른 만큼 선호작품의 진출을 유지하되 미선호 장르에 대한 소비체험을 늘릴 수 있는 마케팅적 노력이 필요하다. 마지막으로 정보통신 강국 한국의 특산품이라고 할 수 있는 웹툰에 대해서는 세계인이 함께 창작과 소비에 참여할 수 있도록 작법이나 독법, 유통시스템 등에 대한 전파와 공유가 필요하다. 이를 기반으로 세계 미래만화 시장에서 웹툰이 핵심 장르가 될 수 있도록 하는 노력도 필요하다.

(8) 박석환, 100년 사는 한류스타 만화가 만들겠습니다, 웹진, 한국콘텐츠진흥원, 2011

6. 웹툰 활성화를 통한 한국만화의 미래전략

1) 웹툰 생태계의 지원 정책 문제

2015년 정부는 만화산업진흥을 위해 44억의 예산을 배정하고 ‘만화콘텐츠 창작 기반 조성’에 22억원, ‘만화 해외수출 및 마케팅 지원’에 12억원, ‘웹툰 시장 전략 육성’에 10억원을 지원하고 있다. 이를 세부적으로 살펴보면 창작지원 측면에서는 ‘글로벌 장편(한류) 만화 제작지원’ ‘웹툰 중소온라인 플랫폼 지원’, ‘기술융합형 차세대 웹툰 제작지원’, ‘웹툰 OSMU 활성화 지원’이 있고, 해외유통지원 측면에서는 ‘만화 해외마켓 한국공동관 참가 지원’, ‘만화 원작원화 프로모션 지원’, ‘웹툰 글로벌 플랫폼 지원’, ‘수출용 샘플만화 번역지원’이 있다. 전략사업 측면에서는 웹툰을 중심에 두고 ‘웹툰 창작 장비(하드웨어, 소프트웨어)지원’, ‘지역 거점형 디지털만화 창작센터 지원’을 하고 있다.

웹툰이 전략사업 과제로 부상했고 세부사업 측면에서도 5개 사업에 웹툰이 명시되는 등 정부의 지원사업도 웹툰과 웹툰플랫폼에 집중되는 양상을 보이고 있다. 이 같은 현상은 시장 상황을 반영했다는 측면에서는 긍정적이다. 하지만 ‘시장의 문제’보다는 ‘시장의 특수’에만 집중하고 있다는 측면에서는 살펴보아야 할 대목이다. 이와 관련 2014년 정부 사업의 경우 ‘비활성 장르만화 연재 지원’, ‘다양성 만화 전문 잡지 제작 및 서비스 지원’, ‘다 플랫폼 기획만화 개발 제작’ 등 사업 명칭에서부터 ‘포털 웹툰 플랫폼’ 또는 ‘웹툰’에 집중되는 생산 기반을 조정하려는 정책적 의지가 반영된 바 있다.



[그림] 동적효과와 음향효과를 넣을 수 있도록 제작된 네이버의 차세대 웹툰 편집 프로그램

현재 인터넷상에서 주간 단위로 구독 할 수 있는 정식 연재 웹툰은 600편 이상이다. 인큐베이팅 시스템을 통해 연재되는 웹툰을 포함하면 이 수치는 몇 배로 커질 수 있다. 정부의 만화산업 지원제도는 ‘기획개발→제작→매니지먼트→유통→유통매체 및 서비스’에 이르는 단계별 지원 형식을 취하고 있다. 그러나 지원금의 사용이나 최종 결과물의 형태는 콘텐츠에 집중되어 있어서 자칫 시장의 소비력을 상회하는 생산이 발생할 수 있다. 또한, 정책 예산이 콘텐츠 생산에 집중됨에 따라 포털 웹툰 플랫폼의 태생적 문제로 제시됐던 무료서비스의 유료화 전환 촉진, ‘표현의 자유’ 논의를 재등장시켰던 웹툰 심의 문제, 플랫폼 업체와 신예작가 간 부당계약을 방지하거나 방어할 수 있는 시스템 등 웹툰산업의 주요 정책 이슈가 다뤄지지 않고 있다.

2) 웹툰 생태계 활성화 방안

현행 포털웹툰플랫폼 중심의 웹툰생태계 그리고 신규 대안적 웹툰플랫폼의 등장 확대로 인해 발생할 수 있는 문제점의 개선 방안은 크게 3가지로 도출할 수 있다.⁽⁹⁾

첫째는 포털웹툰플랫폼의 경쟁력 제고 측면이다. 이는 ‘웹툰의 세계화 및 현지화 지원’, ‘국내 서비스 웹툰의 점진적 유료화 촉진 지원’ 등을 통해 추진해 볼 수 있다. 포털웹툰은 1일 1천만명 소비 시대를 대표한다. 즉, 내수시장의 과점 구조를 분산시키고 시장지배력을 해외 시장으로 전환시킬 수 있도록 유도할 필요가 있다.

둘째는 대안적 웹툰플랫폼의 활성화 측면이다. ‘전문형 웹툰 플랫폼 신설 및 운영 활성화 지원’, ‘기술융합형 웹툰 제작 지원’, ‘포스트 웹툰 개발 지원’ 등을 통해 추진해 볼 수 있다. 웹툰산업에 있어서 양대 포털의 경쟁구도가 시장 활성화에 주요한 역할을 했지만 시장 성숙기에는 좀 더 다양한 경쟁 관계가 형성될 필요가 있다. 이와 함께 이미지 콘텐츠 형식의 웹툰의 형식적 다양성을 추구하는 한편, 한국만화의 차세대를 대표할 만한 형식과 내용을 개발하기 위한 노력도 필요하다.

셋째는 웹툰생태계의 건강성과 산업의 지속가능한 발전을 도모하기 위한 제도적 장치 측면이다. ‘웹툰 상생협력 생태계 조성 및 안심 유통 시스템 구축’, ‘웹툰 인큐베이팅 시스템의 보완 체제 마련’, ‘웹툰 자율심의 기반 마련 및 운영지원’ 등을 추진해 볼 수 있다. 포털웹툰의 지속가능한 발전은 예비창작자 그룹을 중심으로 한 인큐베이팅 시스템과 정식 연재를 위한 승급제도가 뒷받침 됐다. 반면 시장의 문제 역시도 이 부분에서 다수 노출됐다. 웹툰산업의 미래세대를 발굴하고 육성시킬 수 있는 합리적 보완 체제에 대한 면밀한 연구조사 및 시장 조정 노력이 필요하다. 또한 현재 웹툰은 명확한 심의 주체가 존재하지 않고 웹툰의 특성을 고려한 심의 기준도 마련되어 있지 않다. 이로 인한 산업 내부의 고민도 깊어지고 있다. 웹툰산업의 안정성을 강화하고 법적 방어력을 지닌 심의 기준 및 기구의 운영이 필요하다.

(9) 박석환, 한국 웹툰 생태계의 활성화 방안 연구, 애니메이션연구, 2015

2015년 도서관 기획대담

07 _ 진화하는 만화콘텐츠 소비문화에 대한 오프라인 플랫폼으로서 도서관의 기능과 역할 · 088

진화하는 만화콘텐츠 소비문화에 대한 오프라인 플랫폼으로서 도서관의 기능과 역할 (2015. 7. 16.)

07



사회: **한창완**(세종대학교 만화애니메이션학과 교수)

패널: **이용훈**(서울도서관 관장) / **김봉석**(에이코믹스 편집장) / **백수진**(한국만화영상진흥원 과장)

한창완 국립중앙도서관에서 만화를 주제로 선택하고 이러 기획대담을 하게 된 이유를 듣고 저도 처음에는 믿기지 않았습니다. 그동안 국립중앙도서관에서는 만화를 대출하지 않았으며, 도서관에 직접 와서도 볼 수 없었고, 가장 기초적인 수서기능과 보존기능만을 유지했다고 합니다. 그런데 이제 2015년 7월부터 도서관에서 만화를 대출서비스 한다고 합니다. 다시 말씀드리면 만화가 일상적인 콘텐츠보다 훨씬 더 저급한 콘텐츠에서 대중적인 콘텐츠로 위상이 많이 격상되었으며, 그래서 일반사람들이 쉽게 소비하는 문화임에도 불구하고 도서관에서 만화를 보존만 하고 독자와 방문객들이 만화에 접근할 수 있도록 돕는 역할이 없었기 때문에, 변화

된 도서관의 만화대출업무를 시작으로 국립중앙도서관이 앞으로 만화 콘텐츠에 대해서 어떤 구체적인 정책과 방안을 시도할 수 있겠는가에 대한 고민을 논의하는 시간이 되었으면 합니다. 오늘 기획대담의 주제는 <진화하는 만화콘텐츠의 소비문화에 대해 오프라인 플랫폼으로서의 도서관이 진행해야 할 기능과 역할>로 정하고 각자의 활발한 의견과 제안을 토론해 보겠습니다. 오늘 토론은 네 가지 주제를 중심으로 논의합니다.

첫째, 변화된 만화의 사회적 위상에 대해 참석자의 의견을 우선 듣겠습니다. 사회통계학적성과나 실제 체감하고 있는 만화의 위상변화에 대해 각자의 생각을 말씀해주시기 바랍니다.

둘째, 최근 웹툰의 대중적 인기 때문이기도 하지만, 만화소비환경이 연령대 및 계층별로 다양화 되고 있는 성과에 대해 함께 논의해 보겠습니다. 기존 만화세대가 10대라는 한계점을 넘어 20대-30대의 문화마니아세대와 대형소비주체인 40-50대 중장년층으로 확대되고 있습니다. 이러한 만화의 소비확대가 가져온 문화변화와 사회변동에 대해서도 토론하겠습니다.

셋째, 그렇다면 이렇게 변화하고 있는 사회적 진화환경에서 기존 도서관이 보관하고 있는 만화콘텐츠의 활용방안과 단계별 대안은 무엇인가를 논의해보고, 마지막 넷째, 넘쳐나는 온라인 만화플랫폼에 대응하여, 오프라인 플랫폼으로서 도서관이 추진해야 할 구체적인 만화콘텐츠 연관정책은 어떻게 개발되고 진화해야 하겠는가에 대해 결론적인 논의를 마무리 하겠습니다.

이용훈

도서관에서 만화에 대한 이야기들이 종종 있었죠. 저희로서는 만화라고 해서 특별히 어떤 것을 생각하기 보단 전체 도서관이 소장하고 이를 서비스하는 대상에 대한 여러 고민의 한 부분으로서 생각하고 있습니다. 그 동안 만화가 가지고 있는 여러 가지 특성 중에서 전체 장서 중에 이용자의 집중성, 제한성이 너무 강하기 때문에 현장에서는 그동안 만화에 대해 수서를 안 하는 경우가 꽤 있었습니다. 지금은 도서관도 변화하고 있기 때문에 충분히 이런 고민을 나눌 때가 됐다고 생각합니다.

백수진

작년에 세종도서의 일환으로 ‘행복한 만화나눔사업’이라는 만화책을 구입해서 전국 도서관에 배포하는 사업을 했었습니다. 이 때 만화업계 및 학계측에서 생각하고 있는 만화도서의 관점과 도서관이나 학교 현장에서 생각하고 있는 만화도서의 관점사이에 괴리가 굉장히 크다고 느꼈습니다. 왜냐하면 도서를 선정하는 데도 만화관계자 분들 외에 사서교사라던가 책을 읽는 선생님들의 조언을 많이 받았는데 만화도서가 읽기 교육에 큰 도움이 되지 않는다는 생각이 지배적이었습니다. 그런 측면에서 봤을 때 도서 선정에도 문제가 있었고, 본

래 만화는 권수가 많다 보니까 완간이 되지 않는 것은 받지 않으시려는 경향이 있었습니다. 완간이 안되어 있으면 수서를 계속 관리해야 하는 등 여러가지 한계점과 어려운 점이 있다는 것을 알았습니다. 그래서 <조선왕조실록>과 같이 완간된 한 세트로 받는 것은 선호도가 높은 반면 완간이 되지 않았거나 앞으로 계속 구매를 해야 한다던가 이런 부분에 있어서는 관심이 낮았고 또 소년지 위주의 만화도 선호도가 떨어졌습니다. 그래서 만화업계 및 학계측에서 생각했던 만화 도서의 위상과 여전히 아직도 괴리감이 크다는 생각을 많이 느꼈습니다. 그래서 이번 국립중앙도서관에서 이와 같은 주제를 다룬다는 것에 개인적으로 적절하다고 생각합니다.

김봉석 만화라는 매체에 대한 인식의 차이가 있는 것은 당연한 것입니다. 이런 부분을 감안하고 우수만화선정 등의 작업으로 도서관에 만화를 선정하여 수서하는 과정에 합의가 필요하다는 생각입니다. 어느 정도까지는 합의하에 순조롭게 진행될 수 있다고 생각하는데, 문제는 만화의 권수가 많고 종류도 정말 다양하다는 것입니다. 비용과 공간이 한정되어 있는 도서관에서 과연 만화를 어느 정도까지 수용할 수 있는 것일까 라는 문제, 그렇다면 도서관의 경우는 만화 전문도서관을 만드는 것이 나은 것인가 아니면 도서관에서 만화를 장서로 어느 정도까지 인정해야 하는 것인가 하는 점 등이 궁금합니다. 작은 도서관을 만화도서관으로 지정하는 방안도 가능하다는 생각도 있습니다.

한창완 IMF 이후에 많은 지역에서 프랜차이즈 사업으로 창업되었던 분야가 책 대여점 사업이었습니다. 일종의 마을문고 개념이죠. 그 당시 책 대여점이 1-2년 만에 만화책 대여점으로 전부 바뀌어 버렸습니다. 그 이유를 살펴보면, 만화책의 소비 집중성이 워낙 강하기 때문에 잡지나 소설 같은 경우는 한 번 빌려가면 일주일 이상 대여기간이 필요한데 비해, 만화는 5-6권 빌려가도 바로 다음 날 반납하니까 상품순환도 높고 비용이 빨리 현금화 되는 결과가 나타났던 겁니다. 그러다 보니 책 대여점에 비치된 도서의 비율 중 만화책이 많아지다 보니까 대부분 만화책 대여점이 되어 버린 것이지요. 도서관도 아마 이런 점에 대한 불안감이 있지 않을까요? 만화책을 펼쳐 봤을 때 사람들이 다른 책을 안보고 도서관에서 전부 만화책만 보는 그런 불안함을 상상하고 계시지 않을까 하는 생각을 한 번 해봤습니다.

백수진 제가 수서를 담당하는 사서들에게 들었던 가장 큰 민원은 만화책을 구입하여 도서관에 수서하고 대출하기 시작하면 관련 민원이 들어온다는 것이죠. 학부 모님들로부터요. 집에서 만화를 너무 많이 보는데 도서관까지 만화가 있으면 우리 애가 만화만 보지 않을까 하는 민원이 가장 크다고 합니다. 만화의 교

육적 가치를 어떻게 찾아줘야 하는가도 서비스 단계에서 가장 큰 고민이 아닐까 하는 생각이 들었습니다.

이용훈 도서관은 우리 사회에서 생산되는 모든 지적 생산물 가운데서 현재의 필요뿐만 아니라 미래의 필요를 고려해서 선정을 합니다. 한정된 예산 안에서 굉장히 다양한 매체들을 수용하다보니, 만화가 차지하는 비율이 축소 될 수밖에 없습니다. 만화에 대한 민원도 있습니다. 공공영역이다 보니까 그런 영역에 대해 신경을 안 쓸 수 없습니다. 만화전문도서관도 있고 대학교 도서관 중에는 만화를 비치하는 데도 있습니다. 도서관이라 하는 곳도 사회의 변화라든지 사회의 요구에 맞춰가는 것이기 때문에 지금은 공동으로 만화의 가치나 영향력 등을 충분히 고려해 도서관계와 만화계가 같이 고민하는 것이 중요할 것입니다. 가장 중요한 건 사실 독자들이니 독자들도 참여해서 공개적으로 논의하고 합의하는 과정이 점점 많아지면 좋겠다고 생각합니다.

한창완 그렇다면 각자가 느끼는 사실 중 만화에 대한 독자와 사회저변의 위상들이 정말 많이 변했다라고 생각하는 부분들을 이야기해주시기 바랍니다.

김봉석 만화를 보는 사람들이 많아졌다는 사실은 분명합니다. 대신 그들이 많이 보는 것은 웹툰이고, 스마트폰의 보급으로 가능해진 상황입니다. 만화는 웹툰 때문에 어느 정도 인식이 바뀌었고, 대중적인 매체가 되었습니다. 양적으로는 확장되었지만, 문제는 만화의 사회적 위상을 올리는 것입니다. 여기에는 사회적 합의가 필요하겠지요. 그렇다면 만화에 대한 언급이 어떻게 이루어지고 있는가 이런 것이 문제라고 생각합니다. 일간지 등에서는 만화가 중에서도 상위의 몇 명, 드라마나 영화로 만들어지는 몇몇 작품의 원작자들 정도밖에 안 다룹니다. 대중적인 매체에서 언급이 없으면 사람들은 단지 소비의 일환으로밖에 생각하지 않게 됩니다. 만화계에서 일종의 마케팅으로 만화라는 매체의 위상을 높이려는 구체적인 실천이 필요하고, 그와 더불어 학술적인 연구들도 같이 활성화 되어야 할 것입니다. 지금 단계는 외연이 확장되고 있는 상황에서 어떤 방식으로 사회 전반에 만화를 제대로 알릴 것인가가 중요한 시기라고 생각합니다. 사회적 합의를 어떻게 이루어 낼 것인가, 만화계가 사회의 인식을 어떻게 바꿔야 될 것인가를 스스로 준비해야 한다고 생각합니다.

한창완 인식의 개선이나 전환에 대한 주체가 일단 만화계에서 시작되어야 한다는 말씀이시죠?

김봉석 네. 만화계 스스로 사회에 합의를 이끌어 낼 수 있는 노력을 해야만 한다는 것입니다.

한창완 사회적 합의가 되어야 도서관이 도서관의 기능으로써 만화에 접근할 수 있는

것이지 합의가 없는 상태에서 만화의 위상이 바뀌었다고 해서 도서관이 혼자서 주도적으로 하기엔 무리수가 따를 수밖에 없다는 말씀이지요? 그런데 이제 사회적 합의라는 것이 그렇습니다. 아직도 아이들이 만화만 본다는 학부모들의 생각들, 자식들이 만화 분야의 일을 하면 어렵다는 생각들이 일차적으로는 많이 바뀌어가고 있습니다. 강남을 포함 서울전역에 만화입시학원이 생기고, 대학 만화학과에 경쟁률이 높아지고, 고등학교를 재학 중인 학생들이 웹툰 연재를 시작하고, 이런 현상들을 보면 부모님들도 이제 아이의 희망과 전문성을 지원해주고 있음이 검증되는 것이지요. 이처럼 우수한 학생들이 만화계에 들어오고 있는데 이 모든 것이 전부 다 실제 웹툰의 인기 때문에 그런 거죠. 산업적 관점 결국 경제적 관점으로 위상을 올렸을 뿐 전반적인 일상의 문화적 개념에서의 위상은 아직도 여전히 열악할 수밖에 없다는 것 아닙니까?

이용훈 플랫폼으로서 도서관이 필요할까? 왜 필요하다고 말씀하실까? 도서관에서는 게임을 못하게 합니다. 다양한 정보를 이용하도록 PC는 제공하지만 게임이라 하는 것을 아직도 수용하지 못하고 있습니다. 제가 말씀드리고 싶은 것은 전체의 관점에서 사회적으로 충분히 수용할 만한 공적 플랫폼으로서의 도서관의 역할이 분명히 있고 도서관들이 잘 판단해서 제대로 할 거라는 점입니다. 좋은 만화가 많다는 것은 분명히 인정하지만 전체의 관점 사이에는 아직도 인정의 차이가 있습니다. 책이든 게임이든 만화든 사회적으로 무엇을 이야기하고 있는가가 더 정확하게 언급되어야 한다고 생각합니다. 도서관에서 모든 책을 다 사는 것은 아닙니다. 그것이 무엇을 담고 있는가를 고려해서 필요하다면 그것이 어떤 형태이든, 즉 종이책이든 전자책이든 구입을 하는 것입니다. 이러한 관점에서 먼저 적극적으로 만화계가 사회적인 의미와 가치, 발언을 계속적으로 만들어 내고 담론이 확산되고 그런 과정 속에서 사회적 전달 장치로서 도서관의 역할에 대한 이야기를 자연스럽게 풀어갈 수 있을 것이라고 생각합니다.

한창완 만화전문도서관에 계신 백수진 과장님께 질문 드립니다. 만화도서관에 찾아오는 사람들의 목적이나 활용방식이 많이 바뀌지 않았습니까?

백수진 초기에는 부천북부시립도서관과 함께 있었습니다. 현재 위치로 만화도서관이 특화되어 옮겨오고 나서는 방문객이 완전히 달라졌습니다. 지역도서관으로서의 역할은 축소되고 만화박물관 열람실로서의 역할과 만화를 좋아하는 매니아층을 위한 역할이 강화되었습니다. 요즘 들어 확실히 달라진 것은 웹툰을 많이 본다는 것입니다. 웹툰이 만화의 주류가 되기까지는 주로 일본만화를 많이 봤습니다. 한국만화의 경우 소년지 위주, 여성들은 순정만화를 보는 정도

였습니다. 웹툰이 출판만화의 인기를 끌어올리다 보니 어른이고 아이고 할 것 없이 다 만화도서관에서도 웹툰만 봅니다. 사실은 웹툰을 주로 스마트폰으로 볼 수 있지만 책으로 보는 건 또 느낌이 다르니까요. 책의 경우, 예전에는 만화방을 통해서 만화를 빌릴 수 있었지만, 80년 대 후반 경제가 호황일 때 책을 구매할 수 있게 되었다가 다시 IMF이후 만화소비가 축소되고, 웹툰이 등장을 했는데도 여전히 책을 사기에는 좀 어려운 부분이 있는 거죠. 지난해 “만화가 있는 도서관사업”을 할 때 중학생 40-50명을 대상으로 설문조사를 했을 때 어떤 만화책을 사는가(?) 라는 질문에 대해 웹툰을 많이 구매하고 있다는 응답이 많았고 그래서 웹툰의 판매부수가 지켜지고 있다는 느낌을 많이 받았습니다.

만화계에서는 만화를 산업적인 가치가 많다고 생각하는데 문화적 가치에 대한 부분을 많이 놓치고 있다고 생각합니다. 만화도서관의 경우 도서관으로서 애로사항을 겪는 것 중 하나가 분류체계를 어떻게 할 것인가의 문제입니다. 분류번호를 어떻게 제공해 주는가에 대한 고민이 있습니다. 두 번째는 연령별 어떤 도서를 읽히고 그 도서가 어떻게 그 아이들에게 도움이 되는가 하는 것입니다. 특히 지역도서관들은 아동을 대상으로 서비스하고 있기 때문에 그런 부분에 대한 고민들이 여전히 살아있는데, 만화 교육이라 하면 그리기 교육, 이런 식으로만 한정적인 것 같아서 만화 교육의 포괄적 의미의 프로그램 개발이 필요하다고 생각합니다.

한창완

국내 웹툰의 등장으로 일본 콘텐츠가 많이 축소되었습니다. 기존 만화방이나 만화책을 사보는 문화 때문에 만화세대가 20대 이상으로 확장되지 못했었는데, 스마트폰이 등장하면서 언제 어디서든 만화를 볼 수 있는 문화가 형성되다 보니 10대 후반 20대 초반에서 끝나던 만화세대가 지금은 50-60대까지 확장되었습니다. 웹툰은 서버만 증설하면 되니까 지금 네이버 웹툰에 작품료를 한 푼도 받지 않고 매주 ‘도전만화가’라는 코너에 만화를 업로드하는 작가 지망생이 10만 명 이상이나 된다고 합니다. 10만 명 이상이 끊임없이 이야기를 만들어내고 있는데 10만 명 중에서 뽑혀진 200-300명만이 연재를 하니 이런 작가들의 팬덤이 그만큼 만화의 위상을 바꾸고 있는 것이 아닐까 생각합니다. 정확하게 이야기 하면 사회적 합의를 할 수 있는 한 가지 부분인데요, 실제 많이 본다는 현상은 합의가 됐습니다. 그렇다면 이제 두 번째 의제가 소비환경의 다양화인데요, 저는 개인적으로 도서관이라는 공간이 갖는 전통적인 행위양식이 있습니다. 책을 찾고 책을 보거나 참고하는 행위 그런데 이런 행위가 오프라인의 행위라는 겁니다. 최근 스마트기기에서 소비되는 콘텐츠

들의 유형에서 웹툰보다 더 많은 독자들이 찾는 콘텐츠가 웹소설 이라고 합니다. 웹소설을 많이 보는 이유를 찾아보니, 지하철이나 버스 안에서 다른 사람들의 눈치를 안보고 볼 수 있을 정도로 야한 내용에 대해 들키지 않는다는 다른 이유도 있더군요. 출판물을 바라보거나 소비하는 행태가 이미 많이 진화되었는데 도서관 자체도 이렇게 진화된 소비환경을 따라가야 하는 부분이 있어야 하지 않은가라는 생각입니다. 변화하고 진화하는 소비환경에 맞춘 도서관의 서비스 유형으로 만화를 하나의 실험적인 대상으로 실험해 보는 것은 어떨까 하는 생각을 가져본 적이 있는데 어떻게 생각하십니까.

이용훈 그러한 생각에 동의를 합니다. 소설을 말씀하셨는데 저희도 전자책을 구입하고 있습니다. 다만 아직까지는 매체 형태보다는 내용을 더 중요하게 생각하고 있습니다. 공공영역에서 전자 형태의 서비스를 제공하기에는 아직도 풀어야 할 여러 제도적 제한, 즉 저작권 문제 등과 비용 문제 등이 있습니다.

한창완 모든 책을 수서할 때마다 내용을 모두 검토하시나요?

이용훈 전부를 다는 못 보지만 어느 정도 검증을 합니다. 전부를 사는 것이 아니고 일부를 사는 것이기 때문에 그것이 많은 사람들에게 보편적으로 그리고 잠재적인 필요까지 고려해서 구입합니다. 많이 보지 않을 것 같지만 사야 되는 책들도 있습니다. 그런 관점에서 볼 때 만화든 소설이든 무엇을 담고 있는냐가 선택의 기준이고, 그 다음에는 기술 또는 관리의 문제를 고려하게 되죠. 어쨌든 디지털 시대의 도서관이 전자책 서비스를 계속 늘려가고는 있지만 개인이 소비하는 것과 도서관이라는 공적 영역이 하는 것은 다르거든요. 도서관은 불특정 다수가 볼 수 있어야 하고, 또 대출 반납이라는 측면 등을 모두 고려해야 하기 때문에 개인이 보는 것과는 많이 다릅니다. 디지털 시대가 되면서 아날로그 시대에는 없던 다양한 이슈가 생겼고, 이용자도 많아지고 더 다양해지다 보니 이들의 다양한 수준과 요구에 적절하게 대응하기가 쉽지 않은 것이 현실입니다.

한창완 관장님 말씀을 들으니까 정 반대의 생각도 드네요. 이런 소비 환경이 개인적 플랫폼으로 바뀌어 가고 있다고 치더라도 도서관이라는 공적인 공간만큼은 그렇지 못한 다수의 의견을 다 공유할 수 있는 공간으로서 유지하는 것도 반드시 필요하다는 생각도 듭니다.

이용훈 도서관은 공유의 공간이기 때문에 더 중요하다는 점은 동의합니다. 문제는 현실적으로 굉장히 다양하고 이를 다 맞춰서 서비스하는 것이 점점 더 어려워지고 있다는 점이 핵심 과제로 부각되고 있고, 그 대표적인 것이 디지털 형식으로 제공하는 서비스입니다.

백수진 저희는 만화도서관 수장고에 30년 이전의 작품들을 디지털화하고 있고 열람하고 있습니다. 수장고에 있는 자료를 최대한 꺼내지 않아야 그 가치를 보존할 수 있기 때문에 디지털화를 우선 진행하고, 이후부터 도서관을 방문하셔서 디지털 정보로 열람실에서 이용할 수 있습니다. 흔히들 오셔서 일반적으로 서비스하면 되겠다고 하지만 특히 만화는 모든 저작권이 살아 있습니다.

만화도서를 디지털 서비스하겠다고 하면 공공영역에서 산업적 영역으로 전환되는 겁니다. 디지털 서비스와의 별개로 고민도 있습니다. 요즘 만화 출판계가 매우 어렵잖아요. 만화 출판계에서 요청하는 것 중 하나가 도서관에서 만화책을 많이 구입해주면 그래도 조금 낫지 않겠는가 하는 것입니다. 만화에 대한 일반적인 지원사업의 경우, 만화가들에게 창작지원을 하는 경우는 많은데 만화 출판사에게 지원하는 것은 찾아보기 힘들다는 것이지요. 만화 출판물 자체를 구매해주는 구체적 지원은 없고 웹툰과 같이 새로운 플랫폼에만 지원하는 것이 아닌가에 대한 불만이 있습니다. 출판계는 많이 사주는 것을 요구하는데 문제는 권수를 다 맞추기가 힘들고 한꺼번에 소비하는 경우가 없다 보니까 만화출판계의 불만이 축적되고 있다는 생각입니다. 만화책을 도서관이 수서하는 과정을 통해 생산자의 영역에서 만화가 이외에 만화출판인들의 마지노선을 안정화시키는 시스템까지도 만화계가 고민해야 한다는 것입니다.

한창완 그동안 만화가 선생님들이 가지고 있는 상대적 박탈감이 있습니다. 그 박탈감이라는 것은 국가에서 만화산업이 전망 있다고 계속 지원예산을 지급하는데 결국 만화가에게 오는 자금은 별로 없다는 것이지요. 만화계라고 하면 다 만화가만 생각하는데, 사실 만화계를 움직이는 것은 만화가 이외에도 출판사, 편집자, 기획자, 유통담당자, 평론가, 학계 등 다양하게 있음에도 불구하고 ‘만화가가 만화계다.’ 라는 상대적 박탈감 때문에 사실은 만화계 자체가 더 확대되지 못하고 있다는 단점도 있습니다. 말씀하신 것처럼 지원 사업의 다양화를 통해서 확장될 수 있는 영역들의 전문화가 더 이루어져야 하겠지요.

백수진 웹툰으로 보는 것과 책으로 보는 것 그 가치가 굉장히 다르잖아요. <미생>이 만화책으로 많이 팔릴 수 있었던 것은 윤태호 작가의 출판물에 대한 이해가 있기 때문이라고 생각합니다. 작가의 전작인 <이끼>의 경우 전형적인 웹툰 형태였는데, 이것을 책으로 출판했을 때 재편집하면서 고생을 많이 했다고 합니다. 그래서 <미생>을 창작할 때는 먼저 출판물을 고려해서 기획하고 연출한 다음, 웹툰 연재 시 그 칸을 다시 나누어 재구성했다고 합니다.

김봉석 일본에서도 대히트작(큰 히트작)이 사라지고 소량화가 되는 경향이 있습니다. 일본 현지 웹툰 플랫폼이라고 할 수 있는 ‘코미코’의 <리라이프>라는 작품이

많이 팔리고 있는데, 이는 독자에 의한 큐레이션이 중심에 있다고 말합니다. 기존에는 만화잡지의 편집자가 작품을 주도해 갔던 것에 비해 중요한 변화입니다. 이 부분은 한국 만화계에서 중요하다고 생각합니다. 네이버에 들어가면 웹툰은 오로지 인기순위만 있습니다. 문제는 인기순위가 좋은 만화로 직결되는 것이 아니고, 공공영역을 설득하려면 만화 중에서도 선별하여 도서관에 넣을 수 있는 좋은 만화가 무엇인지 만화계가 먼저 큐레이션을 해야 한다는 것입니다. 그런데 출판사가 좋은 만화라고 내세우는 것만으로는 부족하지요. 또한 만화만이 아니라 영화와 소설 등 모든 분야에서 앞으로의 경쟁상대가 새로운 작품이 아니라 옛날 작품, 아카이브라는 이야기도 있습니다. 이것 역시 큐레이션의 중요함을 의미하죠. 만화계 내에서 좋은 만화, 오락 만화, 예술 만화와 같은 분류가 필요하고 그 이유를 자신 있게 설명할 수 있는 시스템 같은 것들이 만화계 내에서 필요하다고 생각합니다. 비평만이 아니라 만화 리뷰, 정보 매체도 필요합니다. 공적인 영역을 설득하려면 만화계 내부에서 그런 부분을 적극적으로 축적해 나가야 한다고 생각합니다.

한창완 웹툰 자체가 작품 수가 너무 많고 플랫폼도 다양하기 때문에, 독자들이 찾아보기가 어렵습니다. 특히 40-50대가 웹툰에 대해 관심이 있어도 찾아보기가 어려울 정도인데, 만약 웹툰 플랫폼과 작품자체를 설명해주는 웹툰 가이드맵이 있다면 좋겠다는 생각입니다. 도서관에서 이와 연관된 기능을 한다면 어떨까요?

백수진 지금 노력하고 있어요. 제작년부터는 한국만화도서관 추천 도서를 다섯 작품 정도 선정해서, 부천시 관내에 제공하고 있습니다. 그런데 이런 고민이 생겼습니다. 다섯 작품을 선정하는데 당시에 발간된 의미 있는 작품이란 기준 이외에도, 한국만화를 우선 선정해야 한다는 것 같은 명분의 문제가 생깁니다.

김봉석 모든 것을 고려해야 한다는 것이 공적기관의 한계입니다. 문제는 만화계 자체가 만화에 대한 마케팅을 고려하지 않고 있다는 것이지요.

한창완 만화를 제공하는 플랫폼 앱 자체가 가지고 있는 예산 규모가 크지도 않고, 마케팅에 대한 중요성도 인식 못하니까 소비자에게 적극적으로 접근하기가 힘들겠다는 생각에 동의합니다.

백수진 네이버 웹툰 서비스나 다음 만화 속 세상 같은 경우는 회사가 연재작품에 참견하지 않는다는 입장인데, 사실 편집이라 하면 작품과 함께 창작해 나아간다는 의미가 있다고 생각합니다. 그런데 기본적으로 네이버와 다음의 편집자들이 철저하게 연재할 작품을 선정할 때 인기 순으로만 한다고 합니다. 즉, 어떤 다른 기준의 판단을 하지 않는다는 겁니다. 그래서 볼만한 만화 같은 큐레

이선 서비스 등에는 소극적인 것 같습니다.

김봉석 도서관 자체가 큐레이션이죠. 공공의 관점으로 봤을 때 무엇이 가치 있는가, 무엇이 더 중요한가를 선택하는 것이고. 지금 만화계가 만화에 대해서 이야기하는 이유는 도서관 자체에서 아직 만화에 대한 이해가 낮기 때문에 만화계에서 적극적으로 이야기를 하는 것입니다. 그런데 문제는 만화계 내에서도 그렇게 제시하고 설득할 큐레이션의 시스템이 안 되어 있다는 것입니다. 그래서 계속 도서관이라든가 공적영역을 설득하는데 한계가 생기고 있습니다. 미생과 같이 인기를 얻은 작품들이 나왔을 때는 일시적으로 설득이 가능하지만 우연적인 돌파구가 될 수 있는 작품이 없을 때는 설득을 할 이론과 사례를 준비하지 못하는 것이죠. 계속 쌓아 나가야만 가능한데 그것 자체가 없습니다.

이용훈 도서관에는 시간성이라는 개념이 있습니다. 도서관의 장서는 현재성만 있는 것이 아니라 과거, 현재, 미래까지를 연결하는 시간성 즉, 축적이라는 측면을 고려합니다. 왜냐면 도서관이 공적 부문에 속해있기 때문입니다. 국립중앙도서관이 갖고 있는 가장 중요한 점이 바로 우리나라에서 나오는 모든 것을 수집하는 것입니다. 지금 만화 10만 권을 쌓아놓은 것 자체도 그동안 착실하게 축적해 왔기 때문에 공개할 수 있는 것이죠. 그런데 축적을 하는 데에는 굉장히 많은 사회적 비용과 노력이 들어가야 하기에 무척 어렵습니다. 우리 도서관들이 아직까지 일반 주류의 출판에 대해서도 제대로 하는 것이 쉽지 않기 때문에, 아직까지 가능성 있는 다양한 장르의 분야를 수용하지 못하는 한계가 있습니다. 이런 점에서 만화뿐만 아니라 여러 영역에서 계속적인 사회적 영향을 이야기 하면서, 도서관이라 하는 공적영역을 통해 축적되고 미래로 전달한다는 관점으로 우리사회가 도서관을 이해하고, 이에 대한 설립과 운영의 사회적인 비용 투입에 동의해야 되겠지요. 예를 들자면 요즘 40-50대가 만화를 많이 본다고 하는데요, 어렸을 때 만화를 보던 것을 잊고 있었다가 다시 만화를 주목하게 되었을 텐데요. 아마도 요즘이 장편소설을 즐겨 읽는 시대가 아니고 만화처럼 짧은 호흡으로 읽을 수 있는 것들이 인기를 얻고 있고 이용할 수 있는 플랫폼도 이에 적합해졌기 때문이 아닐까 싶습니다. 다만 이 지점에서 도서관들의 고민은 이와 같은 만화 부문의 사회적인 변화를 도서관의 역할과 방식으로 잘 수용할 것인가 하는 것인데, 아직까지는 쉽지 않은 것이 현실입니다.

한창완 그렇다면 이제 결론이나 대안을 고민해 볼까 합니다. 문제는 아까 말씀하신 스낵컬쳐죠. 문화를 짧게 즐기고 바로 버려 버리는 패스트푸드처럼 말이죠. 그렇다면 도서관이 만화를 품어 안을 수 있는 방법들, 또한 그렇게 했을 때 기

존 축적했던 만화를 독자들에게 보여줄 수 있는 기능들이 제 개인적으로는 두 가지 트랙이 있을 것 같습니다. 작은 도서관이나 전문화된 도서관이 해야 할 역할이 따로 있고, 국립중앙도서관 같은 큰 대형도서관이나 공적인 도서관이 해야 할 역할이 다를 것 같습니다. 이 트랙을 둘로 나눠서 일단 먼저, 공적인 국립중앙도서관 같은 대형도서관에서 만화를 이제 독자들에게 보여주는 시대에 맞게끔 해주려면 어떤 서비스들이 우선적으로 되어야 할까요? 큐레이션을 전제로 한 가이드맵과 같은 역할이나 좋은 만화에 대한 마케팅 역할을 공적인 도서관에서 분명히 할 수 있어야 한다는 생각도 들고요.

이용훈 국립중앙도서관은 법적인 의무이지만 그 외 도서관은 그런 것이 없다 보니 쉽지 않은 부분입니다.

백수진 만화도서가 특성상 ISBN을 찍고는 있는데 2000년대 이전에는 ISBN이 뭔가 책처럼 보이는 기능적인 요소였지 제대로 등록되지도 않았습니니다. 2000년대 넘어오면서 제대로 등록되고 납본이 이루어지고 있지요. 왜냐하면 저희는 98년도 도서관을 개관한 이후 책을 모두 구매했고 그 전에는 돌아다니면서 다 수집했었습니다. 현재는 발간되는 모든 도서를 다 구매합니다. 물론 상세하게 그 기준이 있긴 합니다.

현재 만화도서관에 있는 만화가 그동안 한국에서 출간된 모든 만화와 동일하지는 않습니다. 더 나아가 저희도 이제 모든 만화도서를 다 수서하다보니까 가장 큰 고민은 공간입니다. 공간이 한정적이기 때문입니다. 2009년에 현재 자리로 이전해왔기 때문에 아직은 공식적으로 표면화되진 않았지만 한국 만화 이외의 만화들, 번역으로 출간된 모든 만화들을 이런 식으로 모두 구매하는 것이 의미가 있을까에 대한 고민이 있습니다. 물론 만화 팬의 입장에서는 의미가 있죠.

공공의 영역에서 한국만화도서관의 입장이라면 선택과 집종의 시기가 온 것 같습니다. 선택과 집종의 시기가 오면서 분류기호 등 고민과 만화 유통 및 납본 전략 등도 함께 고민입니다. 웹툰에 대한 고민으로 올해부터 웹툰 아카이브 시스템을 만들려고 합니다. 그런데 시스템을 만들었을 때 가장 큰 고민이 그러면 자료를 어떻게 모을 것인가 하는 것입니다. 현재 고민으로는 1차는 그냥 수동 방식으로 다 모으는 방안을 검토하고 있습니다. 기록학적으로는 로봇을 개발하여 크롤링을 하면 된다고 합니다. 사실 크롤링을 해오는 건 어렵지 않은데 크롤링된 자료들을 검색하는 데 인원이 너무 많이 필요하다고 합니다. 그래서 우선은 수동방식으로 모아두는 것을 목표로 하고 있습니다.

한창완 국립중앙도서관이 국내에서 유료화 되거나 작가한테 일정한 연재 보수를 주

는 웹툰을 대상으로, 모든 플랫폼과 계약을 맺고 연재 되는 순간 실시간으로 국립중앙도서관 서버에 축적되게끔 하는 서비스가 가능할까요?

백수진 불가능할 것 같습니다. 이것은 법이에요. 납본은 법을 근거로 이루어지는 행위입니다.

한창완 그러니까 제 말씀은 일종의 디지털 도서인 디지털 웹툰에 대해서 납본 시스템이 법제화 된다면 가능할 수도 있지 않을까 하는 겁니다.

백수진 법리적 부분에서 가장 큰 문제는 웹툰을 전자책으로 볼 것인가 아니면 만화의 서비스의 일종인가에 대한 의견에 있어서 아직 만화계에서는 웹툰의 정확한 정의조차 명확하지 않다는 것이죠. 현재 법제상으로 웹툰은 서비스의 일환 인거죠. 콘텐츠가 아니라 포털에서 서비스되는 서비스의 형태라는 건데, 우리가 웹툰에 대해서 논의를 할 때 정의와 개념이 사실 명확하지가 않은 거죠. 요새는 만화와 웹툰의 인식이 분리되고 있죠. 만화는 안보지만 웹툰은 본다는 말들을 너무 쉽게 한다는 것이 인식의 분리가 되고 있다는 증거중 하나라고 생각합니다. 이러한 인식의 분리를 다시 맞춰야 되는데 이걸 하려면 만화의 정의는 무엇인가가 명확해야 합니다. 현재 만화진흥에 관한 법률에는 만화는 글과 그림으로 이루어진 내용을 전달하는 것 이런 식으로 정의가 되어 있습니다만 이 개념에는 과연 웹툰을 포함할 수 있느냐 없느냐. 플래시 기능과 BGM가 들어간 것은 어떻게 볼 것인가 등 이런 개념의 논의가 미흡하다고 생각합니다.

한창완 이 시점에서 가장 중요한 딜레마입니다. 많은 독자층을 갖고 있는 수요의 대상이 웹툰인데 도서관이 실시간으로 디지털 수서할 수 있는 가능성 자체가 불가능하다는 거네요. 저의 개인적 고민은 현재까지 웹툰 플랫폼이 약 43개사가 되는데, 이 플랫폼들이 다 지속적으로 유지될 보장이 없다는 겁니다. 어느 순간 웹툰 플랫폼이 부도가 나거나 서버를 유지할 비용이 없어질 때 연재되던 작품이 갑자기 사라져버릴 수 있다는 겁니다. 예전의 야후나 엠파스처럼 말이지요.

이용훈 아마 국립중앙도서관에서 지금 다 수집하고 있지 않나요?

백수진 로봇을 이용하여 웹자원을 아카이빙하고 있는데 웹툰은 시범수집 단계인 것 같습니다. 앞으로는 로봇을 통한 수집이든 구입이든 웹툰도 잘 수집해서 보존하는 것이 필요할 것 같습니다. 저희기관은 웹툰 아카이브를 크롤링 형식이 아닌 수서의 형식으로 수집할 예정입니다. 지금도 저희기관의 만화잡지는 납본의 형태가 아니라 구매를 하여 모으고 있습니다. 웹툰의 경우도 유료웹툰의 경우는 유료 계정을 만들어서 구매하여 디지털 파일 형식을 수집, 보존할 계

확입니다. 우선 이렇게 모두 가지고 있으면 나중에는 한 10년 20년이 지나면 이게 가치가 있지 않을까 합니다. 저희는 만화도서관이고 목적이 만화유산을 보존하는 것이니 가능하지만 국립중앙도서관 같은 경우는 만화만 그렇게 할 수 있는 것이 아니니 서로 좀 더 합의를 가지고 가는 것이 어떨까 합니다.

이용훈 아카이브할 때 저작권의 문제가 제일 어렵습니다. 아카이빙을 해도 쓸 수가 없는 경우가 많습니다. 종이책하고는 달라서 활용이 잘 안됩니다. 현재는 대체로 도서관에 와서 특정 PC로만 보도록 하는데, 그것이 디지털 시대 이용자가 바라는 서비스 방식은 아니거든요. 도서관이 아카이빙을 할 수는 있는데 독자들이 바라는 수준으로 개인에게 제공하기가 어렵다는 것이 지금 직면한 딜레마입니다. 사실은 모아만 놓는 기능만 있는거죠. 전자책 분야도 아카이빙을 해서 축적은 하고 있으나 서비스는 잘 안 되고 있죠.

한창완 논문의 경우는 할 수 있지 않나요.

이용훈 논문의 경우는 대체로 저작권자가 동의를 한 것이고, 대체로 상업적으로 이용하는 것은 아니기 때문에 가능하다고 할 수 있습니다. 예전에 도서관에서 논문을 책자 형태로 수집했지만 지금은 거의 디지털 방식으로 수집하고 있습니다. 종이책에서 전자책 시대로 가는 과정에서 벌어지고 있는 일이고 만화도 사실 출력된 종이책 형태의 만화에서 완전히 웹툰으로 상당히 많이 변해 가고 있는 거잖아요. 이런 변화들에 비해서 제도라는 것은 그 대응이 느리죠. 그래서 일단은 수집을 해 놓고 나중에 제도나 기술 등 필요한 조건이 형성되었을 때 그 때 다시 정리해서 제대로 제공하자는 그런 관점에서 계속 최대한 필요한 자료를 수집하고 있기는 합니다. 전자책이 계속 축적되어 있는 것처럼 웹툰 등도 도서관 등에서의 수집에 관련 업계 동의를 필요할 것 같네요.

한창완 대부분의 독자들이 제일 좋아하는 만화형태가 웹툰이고, 웹툰을 가장 많이 본다고 하더라도, 웹툰 수서에 대한 조건이나 기준을 정하기 위해서는 도서관 자체가 모든 전자책(e-book)에 대한 전형적인 일반화를 우선해야 한다는 것이지요. 웹툰만 따로 할 수는 없다는 거란 말씀이지요.

이용훈 도서관은 여러 형태의 매체나 주제를 다 다루고 있고 그 과정에서 적용하는 일반적인 원칙론이 있기 때문에 그에 따라 수집할 수는 있을 것입니다.

한창완 그렇다면 국립중앙도서관이나 지역도서관, 작은 도서관 등 모든 도서관에서 가장 중요한 기능으로 제시할 수 있는 것이 큐레이션과 마케팅인데, 여기에 대해서 몇 가지 정리하고 마무리 하도록 하겠습니다. 예를 들어서 좋은 만화라는 기준을 그래도 객관적으로 제시할 수 있는 사회적인 명분은 도서관이 아닐까요?

백수진 저희가 한 달에 한 두 번씩 전국에 있는 도서관으로부터 만화책을 구입하려고 하니까 목록을 추천해달라는 문의가 많이 들어오고 있습니다. 그러면 개인적으로 제가 좋다고 생각하는 것을 드릴 수 없기 때문에 기존에 수상한 수상 목록을 드리곤 합니다. 오늘의 우리만화, 부천만화대상, 대한민국만화대상 등을 중심으로 드릴 수밖에 없습니다. 왜냐하면 그것 이외로 드리게 되면 이게 무슨 기준인가에 대한 말이 상당히 많아 지기 때문입니다.

한창완 그러면 작은 도서관이나 지역도서관에서 앞으로 이를 더 많이 구매한다는 전제로 1,000권짜리 추천도서 목록, 500권짜리 추천도서 목록, 어린이 만화 추천도서 등 주요 그룹핑 할 필요가 있지 않나요?

백수진 그룹핑 할 필요도 있는데 매년 갱신이 되어야 하는 점이 있습니다. 왜냐하면 만화도서관은 도서를 사야 하는데 만화도서의 특징 중 하나는 빨리 절판된다는 것입니다. 만화도서는 그 주기가 너무 짧기 때문에 이점을 고려해야 합니다.

김봉석 그래서 만화를 싣는 매체만이 아니라 만화에 대해 이야기하는 매체가 필요합니다. 매체는 상시적으로 나오는 만화에 대해 평가를 하고, 분류를 하고, 축적을 해가는 것이 기본적인 일입니다. 그것을 공적인 기관에서 하려고 하면 힘들 수밖에 없지요. 올해 100개를 뽑아도 내년이 되면 또 바꿔야 하는데 매년 선정하는 것도 불가능하고, 이러한 일들을 매체가 해야 합니다.

백수진 부천만화대상의 경우 어린이만화 부분이 있습니다. 그런데 여기서 학습만화는 제외를 하고 있습니다. 그러다 보니까 후보작이 다섯 작품이 안 됩니다. 본인들은 어린이 만화라고 생각을 하고 분류하지만 올해 같은 경우 후보작으로 유승아 작가의 <엄마냄새 참 좋다>(창비)가 들어왔어요. 모두가 다 이게 과연 어린이 만화일까 고민합니다. 그런데 창비 출판사가 이를 어린이 만화 부분에 출품한 경우입니다. 어린이 만화라는 부분의 적합성과는 별개로 어쨌든 선정이 되면 일반 도서관은 좋아합니다. 어린이 만화 그래도 접근성이 좋은 이런 만화를 선정해 주니까. 반면 일반만화 부분에서는 과연 성인물을 대상으로 할까 하는 고민들도 있습니다. 그리고 또 도서관에 도서를 권해드릴 때 구매가 가능한 책을 추천하고 싶습니다. 그래야 수서가 가능하기 때문이에요. 그래서 만화도서를 선정하는 것도 어렵고 선정도서를 권하는 것도 어렵습니다. 왜냐면 막상 어떤 도서를 선정해 드렸는데 구매 할 수가 없다는 경우가 너무 많으면 서로 곤란해지기도 합니다. 이런 상황이다 보니 저희는 만화 도서를 구매해 드리면서 총판 연락처도 종종 같이 드리기도 합니다. 왜냐면 일반 서점에서 다 구할 수 없을 수도 있고, 권수를 처음부터 다 맞추기 힘들기 때문입니다.

이용훈 도서관이 일반 단행본을 살 때도 결국은 큐레이션을 하는 것이죠. 수상작 또

는 언론에서 좋다고 평가된 것들도 기준이 되기는 합니다. 왜냐하면 모든 자료를 다 볼 수 없으니까요. 앞으로 다양한 관점에서 큐레이션이 되기 위해서는 지금보다는 더 많은 기준점을 제시해야 합니다. 연령이라든가 주제, 형식 등등 다양한 기준점을 사전에 제시해 주면, 큐레이션이 필요할 때 그에 적합한 목록을 보다 쉽게 만들 수 있으리라 생각합니다. 그런데 지금까지는 그런 점을 공급하는 쪽에서 먼저 제시해 주었지요. 그러나 이제는 사용자 또는 소비자 입장에 근거한 다양한 데이터를 제공해야 합니다. 그러면 다양한 관점에서 도서관뿐만 아니라 개인까지도 자기 나름으로 다양한 큐레이팅을 할 수 있게 될 것입니다. 분명한 것은 선택의 권한을 독자들에게 줘야 한다는 점입니다.

한창완

큐레이션 기능이나 가이드맵 기능, 좋은 만화 추천기능 같은 게 활성화 되려면 만화 같은 출판물은 POD(Print On Demand:주문형 출판시스템)가 돼야 하겠네요. 도서관 내에서 POD 시스템이 구축이 되어 있다면 추천 받은 만화를 저작권 계약이 되어 있는 파일로 받아서 그 자리에서 바로 만화책을 제작할 수 있다는 겁니다. 사실 출판물 자체 유통비용이나 생산비용 자체가 어려워지니까 일본 같은 경우 편의점에도 POD가 다 있다고 하더라고요. 그래서 자기가 지정한 책 같은 경우에는 POD로 가서 파일만 전송받아서 제작하면 구매할 수 있는 것이지요.

백수진

텍스트 위주의 콘텐츠는 POD가 유의미한 반면, 만화는 그 의미가 다를 수 있습니다. 만화의 경우 이미지다 보니까 굉장히 예민한 인쇄의 감리 과정을 거쳐야 하기 때문입니다. 요새 웹툰의 경우 다 컬러인데 감리가 안 들어가고 POD로 그냥 가면 그 퀄리티를 담보할 수 없습니다. 만화 출판 편집이 일반 텍스트 편집에서 거의 사진 편집에 가까운 부분이 있어서 책을 사고 싶거나 보고 싶은 독자들은 완성된 형태의 높은 퀄리티도 요구하고 있기 때문입니다. 만화가 정말 어려운 콘텐츠라는 것을 이런 과정을 보면서 다시 한 번 깨닫곤 합니다. 만화는 굉장히 복합적인 콘텐츠이면서 여러 개의 속성을 잠재한 텍스트이고, 이미지인 속성을 가지고 있기 때문에 미디어 시대에 가장 적합하다고 생각은 하지만, 또 그렇기 때문에 가장 빠른 소비주기를 지닌다는 생각이 듭니다. 텍스트 적인 속성과 이미지 적인 속성을 같이 갖고 있어서 짧은 텍스트를 보면서 동영상 같은 많은 데이터를 사용하지 않기 때문에 쉽게 보지만 또 그만큼 소비주기 속도가 너무 빠른 게 안타까운 부분입니다. 과연 이를 어떻게 유지할 수 있는가가 공공영역에서 고민이 될 수 있습니다.

한창완

아니면 도서관도 IPTV의 신작영화 홍보프로그램처럼 도서파일 콘텐츠에 대한 홍보 프로그램을 만들 수도 있을듯한데요. 영화 같은 경우에 주간 우수 영

하나 우리가 눈여겨 봐야할 영화 등을 소개하는 프로그램을 IPTV에서 정규화하고 있습니다. 이런 것처럼 도서관 내에서 도서관에 오는 독자들을 위한 오프라인 이벤트 서비스, 즉 만화가와의 만남 등도 정례화할 수 있다고 봅니다.

이용훈 일정 부분 상당한 수준에 오른 만화도 많아졌지만, 아직까지도 만화는 집중성, 즉 만화만 보는 경향이 크다고 생각합니다. 큰 틀에서 보면 만화도 전체 문화 콘텐츠 안에 한 부분인데, 워낙 집중성이 강하다 보니까 다른 부문으로 확장이 잘 안 되고 있죠. 우리가 어릴 때 만화는 많이 봤어도 어느 정도 되면 텍스트로 넘어가고 다양한 영역으로 계속 넘어가면서 읽기도 확장되어야 하는데, 만화는 다른 부문에 비해 집중성이 크다는 점에서 일부 우려가 있는 것이 아닌가 합니다.

백수진 만화계 쪽에서는 긴 텍스트를 읽을 수 있게 독서습관의 연계역할을 해준다고 생각하는데 읽기 운동을 하시는 분들은 만화가 그 역할을 못한다고 결정을 내리고 있는 것 같습니다. 그래서 만화읽기를 권하지 않는 다는 것이 개인적으로 충격이었습니다. 그리고 또 하나는 “나의 문화유산 답사기”를 만화로 다시 그린 것이 있는데 이런 류의 만화도서를 다 싫어하셨어요. 만화로 다시 리터칭 해서 그린 것을 학생들이 보기에는 그 교육적 효과가 너무 부족하다는 것이었습니다. 제가 느꼈던 점은 이런 부분에 대해서 만화계가 같이 연구하고 같이 소통할 필요가 있다는 겁니다. 아직도 만화계 내부와 달리 만화읽기가 교육학 혹은 리터러시 교육 관점에서는 구체적 기능을 못한다는 것이 한계입니다.

이용훈 꼭 리터러시 기능만이 아니라 한정된 시간에 대한 소비의 문제인 것 같습니다. 시간적 여유가 너무 없으니까 계속 여기에만 매달려 있는 거죠. 우리가 갖고 있는 시간적 압박 내에서 갖고 있는 집중성이 크기 때문에 그렇게 보여지는 것 같습니다.

김봉석 최근 10대 남학생들을 중심으로 라이트노벨이나 웹소설을 많이 보는데 이것 역시 텍스트입니다. 만화를 좋아하다가 인접 장르로 쉽게 넘어오는데, 거기에서는 매체의 차이가 두드러지지 않지요. 그냥 재밌으면 보는 것입니다. 재미있다고 생각하면 만화를 보는 것이고, 역시 재미있으면 웹 소설을 읽는 것이고 그러다가 어른용, 일반 소설 등에서 무언가를 발견해 그것이 재밌으면 보게 되는 것이고. 만화라는 매체에만 익숙해져서 책을 안 본다는 것은 절대 아니라고 생각합니다. 예를 들어 영화계에서 영상교육을 해야 한다는 주장은 계속해서 영화 수업이 생기고 영화를 어떻게 볼 것인가에 관한 대중적인 책도 나오게 됩니다. 만화계는 아직 이런 부분이 없다는 것이죠. 만화가 산업적으

로 돈이 된다는 것이 어느 정도 보이면 정부에서 이런 방향으로 지원을 하는 것이고, 만화계는 산업적으로 돈이 된다는 것만이 아니라 학술적, 예술적으로 만화가 무엇인지에 대해 이야기하고 동시에 재미있는 만화가 무엇인가에 대해 필요한 것들을 만화계가 만들어내고 주장을 해야지요.

한창완 지금 말씀하신 걸 몇 가지 정리를 해 보면 도서관이 만화도서관의 큐레이션 기능을 강화할 수 있는 가이드 맵이나 좋은 만화에 대한 마케팅을 강화하는 방안이 있을 수 있겠지요, 방과 후 학습 과정에 이미 만화가 포함되어 있는 경우도 있다는 겁니다. 실제 중형 이상의 도서관에서 진행하는 교육 기능도 연계될 수 있을 듯 합니다.

백수진 방과 후 만화는 만화가가 되고 싶은 아이들을 위한 수업인데, 만화를 어떻게 읽느냐에 대한 교육기능은 보완되어야 할 듯 합니다.

한창완 최근 웹툰계의 소식으로는 네이버 웹툰에서 작가가 원고료 즉, 조회수에 근거하여 받는 일정 액 이외에도, PPS(Page Profit Sharing:작품에 노출된 광고의 간접수익)와 유료결재에 의해 추가적 수익을 얻는 작가가 증가하고 있다는 겁니다. 팬덤이 두터운 작가들을 대상으로 유료결재가 그만큼 늘어나고 있다는 겁니다. 그렇다면 그런 팬덤 자체가 유지될 수 있다면 평론 선집이나 작가평 자체도 도서관을 중심으로 충분히 연계될 수 있을까요?

김봉석 지금은 웹툰이 스낵 길치의 한 부분으로 자리잡으면서, 만화를 즐기는 사람과 만화에 대한 이야기를 원하는 사람들이 분리가 되어 있습니다. 영화와 마찬가지로 만화를 즐겨 읽는 사람들의 90%는 킬링타임이죠. 그런데 킬링타임으로 만화를 소비할 때에도 필요한 것은 가이드와 큐레이션입니다. 평론이나 선집 등은 학술적인 영역과 연결 지으면서 비평 매체가 그때 그때 평가하고 학술적인 부분이 다시 총체적으로 이론을 정립하는 것이 필요하겠지요. 학술적인 영역과 대중을 위한 가이드와 큐레이션은 연결되어 있지만 분리가 될 수밖에 없으니까요.

한창완 오늘은 결론적으로, 도서관 자체가 변화하는 만화 소비문화를 어떻게 잘 받아들이서 독자들이나 도서관 이용자들에게 만화라는 콘텐츠를 활성화시킬 수 있는 플랫폼으로 진화할 수 있겠는가에 대한 주제를 중심으로 이야기를 진행했는데요. 역시나 중대형 도서관이나 전문화된 도서관, 혹은 지역도서관이든간에 가장 중요한 것은 만화라는 독특한 콘텐츠에 대한 이해가 선행되어야 한다는 것이었습니다. 정리해보면, 첫째, 만화는 아주 어렵고 복잡한 콘텐츠라는 점, 둘째, 시시각각으로 변화하는 만화 트렌드 자체를 따라가는 것보다는 전반적으로 사람들이 그것을 알 수 있게끔 가이드해 줄 수 있는 맵 혹은, 큐레

이선 기능이 가장 중요한 기능이라는 점, 그리고 셋째, 어떤 만화가 좋은 것인가에 대한 만화계의 마케팅 노력이 적극적으로 이루어지지 않고 있기 때문에 거기에 대한 대행역할도 필요하고, 그것이 바로 이제 만화를 어떻게 볼 것인가에 대한 교육기능과도 연동될 수 있다는 것입니다. 가장 중요한 것은 학계와 연동해서 작가론, 작품론, 장르론을 이야기할 수 있는 평론도 도서관 중심으로 활성화 될 수 있는 방안에 대해 노력 했으면 좋겠다는 점 등, 몇 가지 결론이 도출되었습니다. 이와 같은 결론에 대해 추가적인 의견 부탁드립니다. 마무리 하겠습니다.

이용훈 만화에 대해 새롭게 많이 들었습니다. 도서관 관점에서는 매체가 중요한 것이 아니라 도서관 서비스 제공을 통해서 하고자 하는 것이 무엇이나는 것이 더 중요합니다. 서울시의 경우 ‘책으로 시민의식을 키운다’는 비전을 가지고 있습니다. 도서관에 있는 다양한 형태의 매체를 통해서 결국은 시민 한 사람 한 사람이 주체적인 시민으로서의 어떤 것들을 판단하고 분석하며 결정하고, 그리고 다른 사람들과 어울려서 공동체를 형성하고 그 안에서 평화롭게 잘 살아가는 사회를 만들어 가도록 돕는 것, 이것이 우리 도서관들이 세금으로 운영하는 공공기관인 이유입니다. 그런 점에서 만화도 필요하다는 것은 부정할 이유는 없습니다. 만화에 대한 사회적 합의가 있다면 당연히 도서관이 가지고 있는 사회적 목적과 기능 내에서 부합되는 범위 내에서 충분히 수용할 수 있다고 생각합니다. 앞으로 더 많이 만나고 이야기 하면 좋겠습니다.

백수진 만화도서관에서 관계된 직접적인 일을 하면서 내가 생각하는 것과 많이 다르다고 느끼고 있습니다. 만화에 많은 지원이 있지만 너무 변화하는 것에만 지원하고 있다는 점입니다. 너무 잘 되고 있는 것에 더 많은 재원이 가고 있다는 것이 아닌가. 일반 도서관에서 만화를 수서할 수 있는 지원이라든가 만화 출판사에게 지원 할 수 있는 방법이라든가, 그리고 인기는 없지만 지원이 되어야 하는 부분들에 대한 고민이 있습니다. 국가의 다양한 문화지원이라 하면 핫한 것 보다는 그늘지고 소외된 곳에 가야하는데 도서관에서 만화를 본다는 이 자체가 굉장히 이제는 소외된 장르가 된 거죠. 이런 부분에 대한 고민이 계속 필요한 것 같습니다. 조금 더 만화가 갖고 있는 가치를 찾을 수 있는 소외된 부분에 집중을 하는 측면에서 이런 논의가 지속되는 것이 중요하고 만화도서관이 출연기관이지만 국비사업을 하고 있는 만큼 이런 것에 대한 큰 고민이 필요한 시기가 도래하고 있는 것 같습니다.

김봉석 보다 적극적으로 만화라는 매체가 무엇인지 대중에게 알려야 하고 도서관에서도 그런 주장과 함께 도서관에서 만화를 읽는 일이 부끄럽지 않다는 것을 알

려야 할 것입니다. 지금이 그런 시기라고 생각합니다. 만화의 외연이 이미 많이 확장된 상황에서, 만화계가 무엇을 할 것인가에 대한 고민이 절실하게 필요하다고 생각합니다.

한창완 오늘 좋은 말씀 모두 감사합니다.

주요만화 매체해설

08 _ 신문 / 잡지 / 웹툰 플랫폼 · 108

주요만화 매체해설

신문 / 잡지 / 웹툰 플랫폼

글 _ 박인하(청강문화산업대학교 교수, 만화평론가)

자료협조 _ 한국만화영상진흥원 한국만화박물관, 청강뮤지엄 청강만화역사박물관

신문

『대한민보』(1909~1910) 한국 최초의 만화 연재

| 071.1-아286ㄷ-영인본

1909년 6월 2일 창간된 신문. 창간호 1면에 관재(貫齋) 이도영(李道榮: 1884~1933)의 풍자만화 「삼화」 수록되었다. 한일강점 이후 1910년 8월 31일 폐간될 때까지, 총 357호 발간. 8월 29일 한일합방을 알리는 호외호와 언론 검열로 검게 칠해 진 채 출간된 8번을 제외하고 모두 346편의 만화가 1면 중앙에 2단으로 수록되었다.

잡지

『가명잡지』(1906년 8월 25일) 3호 표지에 만화 일러스트레이션 활용

“월간 『가명잡지』 제3호(1906년 8월 25일 발행)는 겉표지를 만화와 흡사한 형태인 간단한 선화(線畵)로 장식하고 있어 눈길을 끈다. 이 책 표지의 그림은 보존 상태가 나빠 그림 형태가 선명하지는 않지만, 현존하는 우리나라 최고(最古)의 만화 그림으로 뽑기에 충분한 조건을 갖추고 있다.(중략)

그림은 2칸으로 나뉘었으며 상단에는 어린 맹자가 기다리는 집을 향해 가고 있는 맹자 어머니가 묘사돼 있고, 하단에는 맹자를 등에 업고 걸어가는 맹자 어머니를 그리고 있다. (중략) 이 표지의 만화 그림은 풍자와 재미 등 요즘의 만화가 가져야 할 기본 요소는 다소 결여돼 있지만, 줄거리를 가진 그림이라는 것과 펜(pen)선으로 터치한 듯해 보이는 그림, 또 인쇄 작업을 염두에 두고 창작한 그림이라는 점에서 만화로 분류할 충분한 조건을 갖추고 있다.”(손상익 〈한국만화통사 상 개정판〉, 시공사, 1999, p67~68)

『붉은저고리』(1913.1.-1913.6.) '다음엇지'라는 만화명칭이 등장한 잡지

『붉은저고리』 창간호에 「대길이네 개와 밭 담뱃」에서 처음으로 '다음엇지'라는 명칭 사용. 1913년에 창간된 다른 어린이 잡지인 『아이들보이』(1913.9~1914.10), 『새별』(1913.?~1915.1)에 '다음엇지'라는 이름으로 만화가 게재되었다. '다음엇지'란 '다음에 어찌될까?'라는 순수 우리말이다.

『주간소학생』 (1946년 2월 창간) 해방 이후 다양한 만화를 수록

조선아동문화협회가 1946년 2월에 창간한 어린이잡지다. 김의환, 김규택, 이영춘, 정현웅 등의 만화가 수록되었다. “1946년의 어려운 시대적 환경 속에서 어린이를 위한 잡지『주간소학생』이 을유문화사에서 우리 글로 창간되었다. 지푸라기가 걸려 나오는 거무칙칙한 용지에 인쇄도 또렷하지 못한 여러모로 미흡한 책이었지만 읽을거리에 목말랐던 어린 독자들을 사로잡기엔 충분한 책이었다.”(박기준 <박기준의 세계 속 한국만화 야사>, 한국만화영상진흥원, 2013, p80)

『만화신보』 (1952년 창간) 한국전쟁 당시 창간된 만화를 활용한 저널

“1.4 후퇴를 눈앞에 두고 조각가 윤효중 씨와 언론인 박성환 씨가 공동으로 주간지『만화신보』를 발행케 되었다. 2호까지를 내고 피난길에 올라 대구로 가서 6, 8회 가량 더 냈는데 여기에서 김성환 씨가 거의 전담했고, 김용필 씨가 기고를 하곤 했었다. 1.4 후퇴 후 일체의 대중잡지와 어린이 잡지는 자취를 감추고 피난지에서 간신히 속간된 지금의 4대 신문은 타블로이드 축소판으로, 다시 해방 직후와 같은 보잘 것 없는 신문으로 명맥만 유지하게끔 되었다.”(박기준 <만화작법>, 청자각, 1978, p137)

『새벗』 (1952년 1월 창간) 50년대 창간된 기독교계 어린이 잡지

| 연귀084-47

김성환「세모돌이 네모돌이」, 신동현의「뽕손이」, 정찬의「성경그림 이야기」등 만화 연재가 연재된 어린이 종합 잡지로 대한기독교서회에서 임시 수도인 부산에서 창간되었다. 이후 몇 번 휴간과 복간을 반복했다.

『소년세계』 (1952년 7월 창간) 50년대 창간된 어린이를 위한 문예잡지

| 087-131

아동문학가 이원수가 편집을 맡았고, 노태준이 발행한 잡지로 4×6배판 50쪽 내외로 발행했다. “김성환의 새로운 만화 형식 「분이의 모험」은 주인공 소녀의 캐릭터와 배경 사진과 만화를 합성한 실험적인 작품으로 돋보였다. 신동현의「번개동이」, 이병주의「해적섬」등도 연재되었으며, 『새벗』, 『어린이 다이제스트』와 함께 3대 어린이 종합지로 꼽혔다. 상업주의 문학이 활발했던 시대에 순수문예지로서의 꽃을 피우고자 노력했으나, 56년 9월 통권 40호를 끝으로 폐간되었다.”(박기준 <박기준의 세계 속 한국만화 야사>, 한국만화영상진흥원, 2013, p126)

『학원』 (1952년 11월 창간) 중고생을 위한 교양잡지

| 051-학376

대구에서 중학생 종합잡지로 창간되었으며, 창간호는 김용환의 표지그림, 김성환 단편 만화「학생의 이모저모」, 김용환의 8쪽짜리 연재만화「코주부 삼국지」 등이 수록되었다. 모두 114쪽으로 구성되었다. 당대 인기작가이던 김성환은「꺼꾸리군 장다리군」을 김용환은「코주부 삼국지」를 연재했다. “연재물 중에서 정비석의「홍길동전」과 김용환의「코주부 삼국지」, 김성환의「꺼꾸리군 장다리군」은 단연코 인기 선두주자였다. 그때까지 잡지와 연재소설은 흔했지만, 10쪽 분량의 장편만화를 몇 년에 걸쳐 연재한 것은 『학원』이 처음이었다. 그것은 라디오만 있던 세상에 TV가 나타난 것만큼이나 독자들을 흥분시켰다.”(박기준 <박기준의 세계 속 한국만화 야사>, 한국만화영상진흥원, 2013, p122-123)

『학생계』 (1954년 창간) 문성당에서 창간한 후발주자 학생잡지

| 5408-7

“『학생계』는 김내성의 『철가면』, 박계주의 『애꾸는 대왕』, 최요한의 명랑소설 『태양을 향하여』 등 읽을거리와 김용환의 『수호전』, 김성환의 『빅토리 조절구』, 신동현의 『럭키 칠봉이』 등 3대 만화를 합쳐 화려한 9대 연재물을 내세우며 등장했다. (중략) 『학원』 4월호는 6만부를 발행했고, 창간 『학생계』는 3만 부를 발행했다는 소문이였다. 그러나 『학생계』는 3월호까지 발행한 후 더 이상 나오지는 못했다.”(박기준 <박기준의 세계 속 한국만화 야사>, 한국만화영상진흥원, 2013, p123-124)

『여원』 (1955년 10월 창간) 한국 최초의 여성대중잡지

| 051-여276

여성독자층을 핵심타깃으로 삼은 최초의 여성대중지. 김성환의 <미스 피꼬리>, 신동현의 <올드 미쓰 매대기> 등과 같이 여성 캐릭터를 주인공으로 삼은 만화를 주로 선보였다. 특히, 정운경의 <왈순 아지매>는 이 잡지를 통해 선을 보인 후 신문으로 자리를 옮겨가 40여 년간 장수하며 한국을 대표하는 만화 캐릭터로 자리매김한다.

『아리랑』 (1955년 3월 1일 창간) 삼중당에서 창간한 성인용 대중 월간지

| 051-아198

50년대 잡지의 시대를 대표하는 성인잡지다. 『아리랑』은 가벼운 오락거리나 읽을거리를 많이 수록한 대중잡지로, 1948년 9월호로 창간해 창간호를 5천부나 발행하는 성공을 거둔 『신태양』의 벤치마킹한 잡지였다. (1959년 6월 1일 통권 80호로 폐간) 『아리랑』은 가십기사, 연예기사, 해외기사, 화보, 소설 등으로 구성된 잡지였는데, 만화 중요 콘텐츠로 활용되었다. 『아리랑』은 서점에 ‘아리랑’ 깃발이 걸릴 정도로 당대 최고의 인기를 구가했던 잡지로 『야담』, 『희망』, 『실화』 등 엔터테인먼트 잡지 출간의 도화선이 되었다. 이정문, 신문수, 윤승운, 박수동, 사이로 등 많은 작가들이 『아리랑』의 신인공모전을 통해 데뷔하게 된다.

『소년소녀 만세』 (1956년 1월 창간) 『아리랑』을 폐내던 삼중당에서 펴낸 어린이 잡지

『아리랑』을 폐내던 삼중당에서 창간한 어린이잡지로 신동현의 『바위동자』, 김경언의 『바둑이와 명길리』, 박광현의 『무쇠의 마인』, 서봉재의 『바다의 왕자』 등의 만화가 연재되었다.

『만화세계』 창간(1956-1963) 50년대의 대표적 월간만화잡지

부산에서 해적판 <밀림의 왕자>를 펴내 큰 돈을 번 김성옥이 발행하고, 최상권이 편집을 맡았다. 4×6배판 200쪽 내외의 만화잡지로 당시 큰 인기를 모았다. 당시 최고 인기 작가(신동우, 김용환, 박기당, 최상권, 임수, 이병주, 김기울, 김정파, 한성철 등)들이 참여했다. 편집을 맡은 최상권의 액션시대극화 <청룡백호>가 무려 2색도로 실리기도 했고, 박기당의 괴담만화 <어사와 성성이>, 김정파의 순정 <흰구름 가는 곳>이 실리기도 했다. 초판은 무려 3판까지 발행하는 인기를 누렸고, 신문에 광고를 하기까지 했다.

『만화춘추』 (1956년 8월 창간) 성인만화 잡지

4×6배판의 커다란 사이즈이지만, 분량은 40쪽에 불과하다. 주로 시사만화를 소개한 잡지로 김용환, 신동현, 김경언, 안의섭, 박기정, 김기울, 이병주, 정한기, 정운영, 이상호, 이재화 등이 참여했다.

『만화소년소녀』 (1957년 1월 창간) 박기당, 박광현이 중심이 되어 만화잡지

『만화세계』가 큰 인기를 누리자, 박기당 선생은 박광현 선생과 투자자를 구해 『만화 소년소녀』를 창간한다. 박기당의 괴담물 〈흑기선〉과 박광현의 사극 〈바보온달〉처럼 주로 극화계 작품을 많이 수록했다. “『만화세계』와 달리 박기당이 표지 그림을 직접 그리고 채색도 했으며, 판형도 『만화세계』와 차별을 두어 신 4×6판형으로 새롭게 꾸며서 기획 발행, 앞서 나온 잡지에 도전장을 내민 것이다. 박기당의 괴기판타지 시대 연재 극화 『흑기선』은 2색도로 연재, 그리고 중간에 단편도 실었다.” (박기준 〈박기준의 세계 속 한국만화 야사〉, 한국만화영상진흥원, 2013, p131)

『만화타임즈』 (1960-1963) 60년대 초반 출간된 월간 만화잡지

1960년 8월에 창간되었다. 신동우, 김원빈 등이 참여했고, 신동우 〈정글가족〉, 이상호 〈갈비씨〉 등의 만화가 연재되었다.

『주부생활』 (1964년 4월 1일 창간) 학생잡지를 폐내던 학원사에서 창간한 여성잡지

| 051-주189

주부들에게 필요한 여러 교양과 다양한 정보를 다룬 여성잡지. 창간호에 김성환의 『만화퍼레이드』, 임창의 『메아리여사』, 이정문의 『딸랑이네 집』, 부석언의 『알가닥주부』, 윤영옥의 『에누리 여사』, 길창덕의 『순악질 남편』, 정운경의 『또복이』 같은 만화가 실렸다.

『새소년』 (1964-1989) 70년대 어린이 잡지 트로이카

| 5408-23

70년대 『어깨동무』, 『소년중앙』과 함께 아동 종합잡지 전성기를 열어간다. 『새소년』은 1965년 5월호부터 1989년 5월호까지 통권 301호를 펴냈다. 창간 당시 발행인은 김광수, 편집인은 어효선이었고 국판 180쪽 내외, 1966년 19×26센티미터의 커다란 판형을 채택하고, 300쪽으로 분량이 늘어나면서 만화도 함께 늘어났다.

『주간만화』 (1965년 창간) 어른을 위한 주간시사만화잡지

| 657.105-호392

주간만화사에서 창간한 성인대상의 가벼운 오락용 잡지로 30여쪽 분량으로 발행되었다. 창간호에 정운경, 백인수, 이병주, 이상호, 김정언, 이재화의 만평이 실렸고, 백금희의 『Miss 보은』, 김성환의 『보릿고개를 넘어간다』, 정운경의 『칠칠서방과 팔팔댁』, 김정언의 『어수전』, 길창덕의 『꿀뚜기』 등이 연재되었다.

『소년세계』 (1966년 창간) 월간 어린이 잡지

| 087-131

황희 『심청전』, 이정문 『캄마소년 카르마이』 등의 작품이 연재된 월간 어린이 잡지다. 70년대 『어깨동무』, 『새소년』, 『소년중앙』이 3대 메이저 잡지였다면, 『소년세계』와 『소년생활』은 3대 메이저 잡지에 비해 판매부수나 지명도에서는 뒷처진 잡지였다.

『어깨동무』 (1967-1987) 명량만화를 별책부록으로 제공한 잡지

| 087-132

1967년 1월 1일 육영재단에서 출간한 월간 어린이 잡지. 기사와 동화 등이 실렸지만 어린이들은 별책부록으로 제공된 만화를 좋아했다. 신문수의 『도깨비 감투』, 박수동의 『소년 고인돌』, 김원빈의 『주먹대장』, 이상무의 『울지 않는 소년』 등의 부록이 대표적이다.

『선데이 서울』 (1968년 창간) 70-80년대의 대표적인 성인용 주간 잡지

| 051-선947

1968년 9월 22일 창간초 부터 만화가 연재된 성인용 주간 잡지. 창간 초기에는 권평국의 <미스 언제나>, 고두현의 <미스터 기막혀>가 연재되었고, 1972년 박수동의 「고인돌」이 연재되며 70년대 성인만화 붐을 견인한다. 1975년부터는 방학기의 「애사당 홍도」를 시작으로 극화도 함께 연재된다.

『소년중앙』 (1968년 창간) 중앙일보에서 발간한 어린이 잡지

| 아051-소344ㄱ

1968년 1월 1일 중앙일보사에서 창간한 월간 어린이 잡지. 『소년중앙』은 『새소년』, 『어깨동무』와 함께 소년잡지 트로이카를 형성했다. 이두호, 이우정, 신문수 등의 작가들이 만화를 발표했는데, 이두호와 이우정은 주로 『소년중앙』에 만화를 연재했다.

『만화왕국』 (1969년 창간) 「꺼병이」가 연재된 어린이 만화잡지

| 453-9

1969년 만화왕국사에서 창간된 만화전문잡지로 길창덕 「꺼병이」, 신현성 「의외의 결말」, 박수산 「정다운 오누이」, 신동우 「임궽정」, 정한기 「알리의 모험」 등이 연재되었다.

『만화시대』 (1971년 창간) 시사만화와 성인만화를 연재한 만화잡지

| 657.105-삼462ㄱ

1971년 8월에 창간되었으며 성인층을 주요 독자층으로 삼았다. ‘읽는 시대에서 보는 시대로의 잡지’라는 슬로건을 기반으로 길창덕, 이정문, 정운경 등 시사, 명랑만화 작품을 주로 연재했다. 1972년 4월에 폐간되었다.

『소년생활』 (1975년 창간) 주부생활을 펴내던 주부생활사에서 창간한 어린이 잡지

| 087-227

주부생활사에서 1975년 12월 창간했다. 고우영 「팔비당」, 김영선 「마녀의 성」, 박수동 「별똥탐험대」, 김삼 「검둥이 강가딘」, 김영하의 「최고봉과 주머니 동자」, 방학기의 「초인루팡」 등이 연재되었다.

『소녀생활』 (1977년 창간) 여자 어린이 독자들을 겨냥한 종합잡지

| 087-255

남자 어린이와 여자 어린이 모두를 겨냥한 기존 잡지와 달리 여자 어린이로 특화된 잡지로 연재된 만화도 순정만화나 여자 어린이가 주인공인 작품이 주로 연재되었다. 문성언의 「몽계구름」, 정영숙의 「남궁동자」와 같은 순정만화가 연재되었다.

『만화 보물섬』 (1982-1996) 80년대 새로운 만화 시대를 연 만화전문잡지

육영재단에서 1982년 10월호로 창간. “9월달부터 대대적으로 신문광고까지 동원한 『만화보물섬』 창간호는 당대 최고의 인기작가 이현세의 「검객 스카라무슈」를 표지에 올리고 「각시탈」로 인기 작가 반열에 오른 허영만의 야구 만화 「태풍의 다이아몬드」, 김철호의 축구 만화 「그라운드의 표범」, 70년대 최고의 인기 작가 이상무의 비극적 학원물 「잃어버린 계절」, 70년대 대표적 SF만화가인 고유성의 「우주특공대」, 역시 70년대 최고 인기 작가 중 한 명인 강철수의 「소년 수호지」, 동물만화로 이향원이 시튼의 작품을 각색한 「카람보우의 로보」, 순정만화로 정영숙의 「빨강머리 앤」을 선보였다. 70년대 메인스트림인 명랑만화는 길창덕의 「다부지」와 윤승운의 「맹꽁이 서당」, 김영하의 「고봉이와 페페」가 연재되었다. 여기에 프랑스

의 대표 만화 에르제의 「땡땡」과 영화를 만화로 옮긴 「E.T.」, 심지어 추리만화인 「20가지 얼굴의 사나이」와 인물만화 「인간, 처어칠」, 반공만화(이지만 스파이액션물에 가까운)인 신영식의 「흑점」까지 모든 장르를 아우른 그야말로 만화잡지였다. (박인하 「박근혜, 육영재단, 보물섬」, 『한겨레21』 2012.8.20 제924호)

『소년경향』 (1984년 창간) 격주간 만화잡지로 창간

| 아051-소342ㅅ

『만화보물섬』의 커다란 성공에 고무된 경향신문사는 공격적으로 격주간 만화잡지를 창간한다. 이두호의 「내 이름은 장바우」, 김형배의 「라스트 바탈리온」을 비롯해, 길창덕, 신문수, 김수정, 김우영, 김삼, 김마정 등의 명량만화가 연재되었다.

『만화광장』 (1985년 창간) 만화에 대한 진지한 접근이 돋보이는 성인만화잡지

| 657.05-만275ㅍ

1985년 12월에 창간된 성인만화잡지. 허영만, 이현세처럼 당대 대본소의 인기작가에서부터 이희재, 오세영, 김혜린 등 작가주의작가까지 다양한 작품을 소개했으며, 최열, 위기철 등의 평론 수록, 신인공모전 시행 등 예전 잡지와 다른 새로운 풍모를 보여주었다.

『주간만화』 (1987년 창간) 다양한 성인만화를 연재한 성인만화잡지

| 657.105-호392

『만화광장』과 함께 80년대 후반 다양한 소재와 장르의 성인만화 시대를 개척한 잡지다. 1987년 5월 1일 창간되어 격주간으로 발행되었다. 이두호의 「덩더꿍」, 이현세의 「머느리 밥풀꽃에 대한 보고서」 등의 작품이 연재되었다. 일본만화잡지에서 흔히 볼 수 있는 중절 포맷으로 제작되었다.

『만화왕국』 (1988년 창간) 「만화 보물섬」과 맞선 격주간 만화전문잡지

| 453-9-72

1982년 창간된 「만화 보물섬」이 성공적으로 정착하고, 『어깨동무』와 『소년경향』이 폐간되자 예원출판사에서 「만화 보물섬」과 경쟁하기 위해 격주간으로 발행기일을 맞추고 인기만화가를 영입해 1988년 8월 15일 새로 창간한 잡지다. 허영만 「미스터 손」, 이두호 「머털도사와 토매형」, 김수정의 「작은 악마 동동」을 간판으로 고행식, 김형배, 김동화, 조주청, 이진주, 김재원, 김영하, 이향원, 손상현, 최신호, 황진 등의 작가들이 활동했다. 또한 창간기념 500만원 고료 만화왕국 신인만화공모전 등을 진행하기도 했다.

『르네상스』 (1988년 창간) 국내 최초의 순정만화전문잡지

| 051-르858ㄹ

무크지 『아홉번째 신화』를 펴냈던 황미나는 자신의 만화를 출간했던 도서출판 서화에 순정만화잡지 창간을 제안했다. 80년대 당시 인기있던 신일숙, 한승원, 황미나, 강경옥, 오경아, 차성진 등의 중견작가와 신인이던 이은혜, 이정애 등의 작품이 연재되었다. 당시 순정만화작가들의 역량이 집결된 잡지로 독자들의 큰 사랑을 받았다. 1988년 11월 1일 창간된 이후 1994년 12월까지 7년 동안 계속 잡지를 출간했다.

『아이큐점프』 (1988년 창간) 일본식 주간만화잡지 시스템을 도입

| 아051-서811ㅇ

흔히 일본식 만화시스템을 도입한 만화잡지의 출발이라고 하지만, 적극적으로 신인발굴이 일어나기 전에는 80년대의 인기작가들이 중심을 이루었다. 1988년 12월 22일자 창간호의 경우 이현세 「아마게돈」, 김태영, 이상무 「제4지대」가 창간호 권두만화와 권말만화를 차지했다. 이외의 작품으로 「우리들의 우상」(고

행석), 「리를 쿵」(신문수), 「헬로 팝」(김형배), 「낙화와 유수」(이우정), 「열네살 0심이」(배금택), 「케니」(장태산), 「청춘을 돌려다오」(전유성 · 고상한), 「바퀴벌레 한쌍」(김철호), 「또팔이」(윤준환), 「무영여객」(황미나), 「나바론 몽키」(이로마), 「아스팔트 위의 집시」(이동포), 「어른들은 몰라요」(임재학)이 연재되었다. 90년대 잡지-단행본 시대를 열어간 기념비적인 잡지

『하이센스』 (1989년 창간) 김영숙 사단의 월간순정만화잡지

| 아051-하233ㄹ

수십권에 달하는 대본소용 순정만화 <갈채> 시리즈를 그린 김영숙이 직접 발행인과 편집인으로 나선 순정만화잡지다. 1989년 11월 창간된 이 잡지는 김영숙을 중심으로 흔히 김영숙 사단으로 불리는 문하생들의 작품을 연재했다. 창간 초기에는 인기 작가들의 영입도 적극적이어서, 창간호에는 김진의 「해신제」, 강경옥의 「17세의 나레이션」, 원수연의 「장미의 기사」와 같은 작품이 연재되었다. 김영숙의 작품이 여러 편 연재되는 건 기본이었다. 1인 잡지에 가까운 스타일이었지만, 1994년까지 꾸준히 발행되었다.

『요요』 (1991년 창간) 90년대 순정만화잡지 창간의 포문을 연 잡지

| 아051-엘247ㅇ

91년 7월 90년대 가장 먼저 창간된 순정만화잡지다. 『요요』를 시작으로 90년대 순정만화 잡지 창간 붐이 촉발된다. 『요요』는 주로 단편과 중편을 연재했으며, 권현수, 김숙희, 김옥초, 김은희, 김진, 노경해, 문홍미, 박연, 오경아, 이강주, 이정미, 이미라, 이향우, 허정인, 황미나 등의 작가가 연재했다.

『미르』 (1991년 창간) 도서출판 엘리트의 두번째 순정만화잡지

| 아051-엘247ㅁ

『요요』를 창간한 도서출판 엘리트는 4개월 후에 새로운 순정잡지를 창간했다. 같은 출판사에서 출간된 새로운 잡지이지만, 이전 잡지와 컨셉의 차이도 없었으며 작가진도 유사했다. 『미르』에는 강경옥의 「퍼플하트」, 김진의 「밀라노 11월」, 신일숙의 「에시리자르」, 황미나의 「우리는 길 잃은 작은 새를 보았다」 등의 작품이 인기를 모았다.

『댕기』 (1991년 창간) 국내 최초의 격주간 순정만화잡지

| 아051-육583ㄷ

80년대 중후반부터 시작된 대본소 순정만화의 붐과 잡지 『르네상스』의 성공은 순정만화시장을 확대시켰다. 90년에 접어들어 도서출판 엘리트에서 월간 순정만화잡지 『요요』와 『미르』를 출간했지만, 『르네상스』를 흔들지는 못했다. 『만화보물섬』으로 80년대 만화잡지의 독보적 선두주자였던 육영재단은 과감히 격주간으로 순정만화지를 창간한다. 『댕기』는 창간호부터 대형 인기작가들의 작품을 전면에 내세웠다. 강경옥, 한승원, 황미나, 신일숙, 이은혜, 김진 등의 인기작가의 작품으로 『르네상스』의 독주를 막고 순정만화 대표작가로 자리잡게 된다.

『소년챔프』 (1991년 창간) 두 번째 소년주간만화잡지

| 아051-대383ㅈ

애니메이션 제작사인 대원동화에서 대원문화출판사(이후 도서출판 대원, 대원CI)를 설립하여 새롭게 만화잡지-단행본 시장에 뛰어 들었다. 대원의 주간소년잡지 『소년챔프』는 초등학교 6학년에서 중학교 1, 2학년을 메인 타겟으로 경쟁지 『아이큐점프』보다 독자연령을 높게 잡았다. 창간호에는 고희석의 「마법사의 아들 코리」, 이상무의 「젓가락 행진곡」, 김은기, 이태행의 「헤비메탈 식스」 등의 작품이 연재되었다. 『소년챔프』는 창간 이후 1992년부터 신인작가를 적극적으로 발굴하기 시작했고, 이명진 등의 신인을 발굴했다.

『윙크』 (1992년 창간) 서울문화사의 격주간순정만화잡지

| 아051-서811ㅇㅋ

1992년 8월 창간. 당시 최고 인기작가이던 신일숙, 이은혜, 강경옥의 신작을 발표했으며 대형 신인 박희정, 나예리 등이 『윙크』에서 데뷔했다. 특히 창간 당시 신일숙, 이은혜, 강경옥의 독점 계약을 전면에 내세웠다.

『영챔프』 (1994년 창간) 대원의 격주간 청소년 만화잡지

| 아051-대383ㅇ

1994년 6월 소년잡지를 중심으로 영지(청소년잡지)와 성인지로 분화하는 일본식 잡지 시스템이 정착하기 시작한다. 여러 출판사 중에 제일 먼저 출간된 청소년만화잡지

『빅점프』 (1995년 창간) 서울문화사의 성인용 격주간만화잡지

| 657.105-서811ㅁ

1995년에 서울문화사와 대원은 빠른 속도로 잡지를 분화하기 시작한다. 청소년지는 대원에서 먼저 시작했고, 성인만화잡지는 서울문화사에서 먼저 시작했다. 1995년 1월 10일 창간된 성인만화잡지

『투엔티세븐』 (1995년 창간) 도서출판 대원의 성인용 격주간만화잡지

| 657.105-대383ㅁ

1월 10일 서울문화사에서 『빅점프』가 창간하자 1개월 뒤 도서출판 대원에서 성인용 격주간 만화잡지 『투엔티세븐』을 창간하며 양강 체제를 형성한다. 『투엔티세븐』은 김동화의 〈황토빛 이야기〉, 박홍용의 〈구르믈 버서난 달처럼〉과 같은문제작들이 연재되었다.

『미스터블루』 (1995년 창간) 국내 작가 만화만 소개한 성인용 격주간만화잡지

| 657.105-세298ㅇ

『투엔티세븐』, 『빅점프』와 함께 격주간 성인만화잡지가 3각 경쟁 구도를 형성하다. 앞의 두 잡지와 달리 2월 25일자로 창간한 『미스터블루』는 한국 만화만을 연재하는 차별성을 보여주었다. 한국만화 최고의 인기작가인 이현세, 이두호, 허영만, 김형배, 황미나 등이 대거 참여했다. 『미스터블루』를 통해 이윤택, 양영순, 윤태호, 심갑진 등 젊은 작가들이 데뷔하거나, 신작을 연재하게 된다.

『화이트』 (1995년 창간) 도서출판 대원의 성인용 여성만화잡지

| 아657.105-대383ㅎ

1993년 레디스 코믹스를 내세운 격주간 순정만화잡지 『투유』가 창간되었지만, 1년만에 휴간하고 만다. 어른들을 위한 순정만화잡지의 빈 자리를 채우기 위해 발빠르게 먼저 움직인 것은 격주간 순정만화잡지 시장에서 『윙크』에 밀린 대원이었다. 한승원, 신일숙, 김진, 김기혜, 한혜연, 지혜안 등 화려한 작가진이 대거 참여했다.

『만화실험 붐』 (1995년 창간) 언더그라운드 그룹의 오프라인 출판물

| 아657.1-대383ㅁ

95년은 잡지-단행본 시스템이 청소년잡지와 순정지 등으로 빠르게 확산되어가던 때였다. 만화에 대한 관심이 커지면서, 작가주의에 대한 관심도 확대되었다. 신일섭, 강성수, 오영진 등이 중심이 되어 창간한 작가주의 혹은 언더그라운드 만화매체인 『만화실험 붐』이 도서출판 대원에서 출간되었다.

『찬스』 (1995년 창간) 격주간 소년만화잡지

| 아051-학353초

후발주자인 학산문화사가 1995년 7월 소년만화잡지 『찬스』를 창간하며 만화시장에 진입했다. 이로써 소년잡지 시장은 『아이큐점프』, 『소년챔프』, 『찬스』의 3각 경쟁구도를 형성하게 된다. 창간호 편집장은 곽현장이다. 대원출판사에서 만화시장의 호황기에 접어들자 새로운 출판사를 설립하고, 『찬스』를 창간한 것으로, 일본 고단샤의 만화들을 주로 소개했다.

『이슈』 (1996년 창간) 대원이 다시 시작한 격주간 순정만화잡지

| 아051-대383ㅇ스

『화이트』의 성공을 기반으로 1996년 1월 새롭게 창간된 청소년 순정만화잡지. 『터치』의 실패를 딛고, 한승원, 김혜린, 원수연 등의 인기 작가를 영입해 창간했으며, 이후 권교정, 여호경, 유자경, 도짱 등의 능력있는 신인작가들을 발굴한다.

『나인』 (1997년 창간) 어른들을 위한 대안적 여자만화잡지

청소년용 순정만화잡지인 『윙크』와 아동용 순정만화잡지 『밍크』를 출간하던 서울문화사는 다른 출판사보다 뒤늦게 1997년 12월 성인 순정만화잡지를 창간한다. 다른 순정만화잡지와 달리 패션잡지 스타일을 보여줬으며, 새로운 신진 작가들인 박희정, 한승희, 양영순, 김준범 등 참여했다.

『부킹』 (1999년 1월 창간) 학산문화사가 새롭게 창간한 청소년 만화잡지

| 아051-학353보

학산문화사는 소년잡지 『찬스』가 안정적으로 정착하자, 청소년 만화잡지 『부킹』을 창간했다. 『부킹』의 창간으로 『영챔프』, 『영점프』와 청소년 만화잡지도 3개로 늘어났다. 문정후의 『용비불패』, 윤태호의 『야후』, 다케이코 이노우에의 『베가본드』 등의 인기작품이 연재되었다.

『쎌』 (1999년 창간) 시공사가 만화출판을 시작하며 창간한 주간만화잡지

| 아051-시316스

『케이크』를 창간하며 만화시장에 진입한 시공사가 1999년 12월에 창간한 주간소년만화 잡지. 이충호 <눈의 기사 팜팜>, 박산하 <레드 붐붐>, 신영우 <키드갱> 등의 작품이 연재된다.

『웁스』 (2002년 창간) 2000년대에 새롭게 창간한 격주간만화잡지

| 아051-학353ㅇ

2002년 학산문화사에서 새롭게 창간한 격주간만화잡지. 『미스터 블루』에서 중단된 뒤 수년 만에 새롭게 부활한 『발칙한 인생』은 구질구질한 인생들의 삶을 통해 유쾌함과 페이스를 동시에 느끼게 해준다. 조운하, 심경희의 『하리킴』, 전통의 한국 거대 로봇만화 『철인 칸타우』를 사이킴, 사이버펑크와 같은 21세기풍 분위기로 새롭게 각색해 나갈 것으로 기대되는 유경원, 조민철의 『철인 칸타우 리턴』이나 신정원, 석동연 등의 만화가 수록되었다.

『비쥬』 (2002년 창간) 시공사의 격주간 순정만화잡지

| 아051-시316

후발주자인 시공사는 연이어 잡지를 창간했지만, 큰 성공을 거두지 못했다. 시공사는 결국 강인선 편집장을 영입해 기존 잡지 『케이크』를 정리하고 『비쥬』를 새로 창간한다. 2002년 6월호는 격주간지로 발행되었지만, 2003년 10월호부터는 2003년 5월에 창간된 격주간 순정만화잡지 『오후』처럼 판형을 줄이고, 월간으로 발행기간도 바꿨으며, 페이지도 늘렸다. 2004년 6월 시공사의 만화잡지 철수로 폐간된다.

『슈가』 (2002년 창간) 서울문화사의 중간연령층 순정만화잡지

『윙크』의 안정적 성공을 바탕으로 저연령층 순정만화잡지 『밍크』 사이의 독자를 타겟으로 새롭게 창간한 월간만화잡지. 90년대 후반 데뷔한 서현주, 윤지은, 이종은, 하시현, 김나경 등의 신진작가를 대거 기용했다.

『오후』 (2003년 창간) 격월간 성인순정만화잡지

| 051-시316ㅇㅎ

시공사의 강인선 편집장이 중심이 되어 기존 순정만화잡지와 다른 포맷으로 창간한 잡지. 격월간으로 발행되며, 한 작품 당 연재지면을 늘리며, 잡지의 가격도 8,000원으로 높였다. 또한 판형도 기존 커다란 잡지 판형 대신 단행본 판형인 15x21cm를 선택했다. 작가진 역시 열정적 마니아를 보유한 나예리, 권교정, 유시진, 한혜연, 이진경 등을 포진시켜 좋은 반응을 얻었다. 그러나 시공사의 적자 누적으로 잡지의 좋은 성과에도 불구하고 1년만에 폐간되었다.

한국의 웹툰 플랫폼 현황

한국을 대표하는 웹툰 서비스

네이버 웹툰 (<http://comic.naver.com/>)

한국 최대 포털 사이트 네이버에서 운영하는 웹툰 서비스. 웹툰 작가를 꿈꾸는 사람이면 누구나 만화를 올릴 수 있는 도전만화, 도전만화 중 우수작을 선정한 베스트도전 코너와 정식 연재 코너로 구분된다. 매 주 단위로 작품이 연재되며, 전체 271개 작품이 연재 중이다. 네이버 웹툰은 2014년 7월부터 라인 웹툰이라는 이름으로 영어, 중국어, 태국어 등 6개 국어로 번역해 글로벌 서비스를 시행하고 있다. 231개 작품이 연재 중이다.

스토리텔링이 강한 웹툰 서비스

다음 만화속 세상 (<http://webtoon.daum.net/webtoon/>)

네이버 웹툰과 함께 양강 구도를 이루며 한국 웹툰 시장을 만들었다. 네이버가 캐릭터 중심 만화에 강점이 있다면, 다음은 스토리텔링에 강점이 있다. <그대를 사랑합니다>(강풀), <위대한 주먹>(이종규, 이운균), <더 파이브>(정연식), <은밀하게 위대하게>(HUN), <미생>(윤탤희) 등 여러 작품이 영화, 드라마로 제작되었다. 전체 165개 작품이 연재 중이다.

한국 유료 웹툰 플랫폼 시장의 개척자

레지 코믹스 (<http://www.lezhin.com/>)

2013년 6월 서비스를 시작했다. 당시 포털에서 성공적으로 선보인 완결작 유료화, 미리보기 유료화 등 유료화 모델을 적용해 유료 웹툰 서비스를 만들었다. 포털의 웹툰과 달리 성애만화나 스릴러, SF 등과 같은 장르물도 적극적으로 소개하고 있다. 현재 가장 많은 297개 작품을 서비스하고 있다.

한일 동시 연재 시스템

코미코 (<http://comico.toast.com/>)

한국, 일본, 대만에서 서비스 중인 웹툰 플랫폼이다. 일본에서 먼저 서비스를 시작했다. 남성취향의 만화 보다는 여성취향의 만화가 비중이 높다. 한국 서비스의 경우 일본 코미코의 작품과 한국 오리지널 작품이 연재된다. 무료만화와 유료만화가 모두 서비스되고 있다.

한국 최대 모바일 메신저에서 운영하는 콘텐츠 서비스

카카오 페이지 (<http://page.kakao.com/main>)

카카오톡은 1억 7천만 명이 사용하는 모바일 앱이다. 모바일 메신저를 기반으로 한국의 최대 모바일 게임 플랫폼으로 자리 잡았으며, 카카오 페이, 카카오 택시 등 다양한 분야의 서비스로 확대하고 있다. 2013년 카카오톡의 콘텐츠 플랫폼으로 시작된 카카오 페이지는 오픈 초기 고전하다 만화와 소설에 집중하면서 이제는 유료화에 성공했다. 여성취향 만화의 비중이 높다.

이야기의 재미가 살아있는 신인발굴에 적극적

올레마켓 웹툰 (<http://webtoon.olleh.com/toon/weekList.kt>)

2013년 7월 서비스를 시작했다. 한국의 이동통신사는 모두 자사의 마켓서비스를 보유하고 있는데, KT는 '올레마켓'이라는 이름으로 운영 중이다. 운영 초기 강풀, 양영순, 윤태호 등 유명 작가의 구작을 서비스했지만, 적극적으로 이야기의 완성도가 높은 신인을 발굴해 차별화를 시도했다. 2014 오늘의 우리만화상, 2015 부천만화대상을 수상한 김보통의 <아만자>나 드라마로 방영된 만취의 <냄새를 보는 소녀>처럼 신선한 신인들의 작품으로 독자들에게 좋은 평가를 받고 있다.

성인만화전문 웹툰 플랫폼

탑툰 (<http://www.toptoon.com/>)

2014년 1월 서비스를 시작한 유료 웹툰 플랫폼이다. 유료 수익을 목표로 성애만화에 집중해 서비스를 시작했다. 2015년 7월 현재 회원이 1천만 명에 도달하게 되었고, 성애만화와 함께 캠핑만화, 무협만화, 기업만화 등 다양한 만화로 폭을 넓혀가고 있다. 2015년 6월 1일 대만서비스를, 6월 8일 일본서비스를 시작했다.

캐릭터로 차별화된 전연령 유료 웹툰 서비스

코믹GT (<http://www.comicgt.com/>)

한국과 일본에서 활발하게 활동한 아트림미디어가 중심이 되어 오픈한 신규 웹툰 서비스다. 코믹GT는 2013-2014년에 성공적으로 자리 잡은 웹툰 플랫폼 비즈니스모델인 성인만화를 서비스하지 않고, 전연령 만화만으로 유료 웹툰 비즈니스에 도전했다. 코믹GT의 장점은 미소녀 만화 캐릭터를 주인공으로 내세운 만화다. 캐릭터를 전면에 내세워 이후 캐릭터 비즈니스를 종합적으로 진행시킬 예정이다.

2015년도 연구현황

09 _ 2015년도 연구현황 · 120

도서관정책기획단
국립중앙도서관
국립어린이청소년도서관
국립장애인도서관
국립세종도서관

도서관정책기획단

도서관 통합서비스 환경구축 지침 개선

- 연구책임자 : 김용상((주)채움씨엔아이 이사)

개별 도서관에서 지역 및 전국 도서관 간의 지식정보 공유와 책임음 등의 도서관 통합서비스 정책 참여시 지켜야할 가이드라인(2013년 11월 배포) 일부 내용을 추가 및 수정 사항을 제안

국립중앙도서관

국내 근대문학 단행본(해방 이후) 및 문학잡지(해방 이전) 소장실태 조사

- 연구책임자 : 방민호(서울대학교 국어국문학과 교수)

국내 근대문학 단행본(해방 이후) 및 문학잡지(해방 이전) 소장실태를 체계적으로 조사 검토, 근대문학자료를 소장한 유관 기관의 종합목록 및 원문 DB 구축 사업을 위한 기초 자료 마련

국립중앙도서관 서지데이터의 FRBR 구현을 위한 방안 연구: 저작 및 표현형 기술을 중심으로

- 연구책임자 : 노지현(부산대학교 문헌정보학과 교수)

FRBR 구현에 있어 핵심 요소인 '저작'과 '표현형'을 중심으로, 저작 및 표현형 개체의 기술 요소와 구현방식에 대한 세부적인 지침과 이를 실현한 계층적 디스플레이 및 인터페이스를 제안

도서관에서의 고아저작물 활용 및 서비스 방안 연구

- 연구책임자 : 정경희(한성대학교 문헌정보학과 교수)

국내외 도서관의 고아저작물 활용 및 서비스 현황과 관련 제도 및 규정을 조사·분석하고, 국립중앙도서관의 고아저작물 활용을 위한 법정허락제도 적용 방안 제안

도서관에서의 라키비움 실현을 위한 법제도 연구

- 연구책임자 : 조현양(경기대학교 문헌정보학과 교수)

국내외 도서관의 소장자료를 자료 유형을 중심으로 조사·검토, “도서관자료”에 대한 개념 검토와 도서관에서의 라키비움 실현을 위한 관련 제도 정비방안 제안

도서관 콘텐츠로서의 빅 데이터와 국립중앙도서관의 역할

- 연구책임자 : 심원식(성균관대학교 문헌정보학과 교수)

도서관자료로서의 빅데이터에 대한 기준을 제안하고, 국내에서 생산되는 지식정보 자원을 망라적으로 수집·보존·유통하는 국가지식허브로서 국립중앙도서관의 빅데이터의 관리·공유·활용을 위한 정책을 제안함

사이버 사서교육 콘텐츠 개발운영 가이드라인 연구

- 연구책임자 : 정종원(울산대학교 교육학과 교수)

기존 사이버 사서교육을 위한 콘텐츠의 개발 및 운영의 성과와 문제점을 분석하여 사이버 사서교육 콘텐츠 개발 전략 수립과 최신 정보기술을 적용한 품질제고 방안 및 지침 제안

출판예정도서목록(CIP) 활용도 제고 방안 연구

- 연구책임자 : 김종수((재)한국출판연구소 대표)

CIP 시범운영(2002년) 이후, CIP 운영 현황 분석을 통한 발전모델을 도출·제시하며, 서지정보유통지원시스템 등 CIP 운영, 연계(가능) 시스템 개선방안을 제시함. 또한 도서관계, 출판계, 유통계 간의 전략적 협력 방안을 모색함

국립어린이청소년도서관

자유학기제를 위한 도서관 기반 독서문화 프로그램 개발 연구

- 연구책임자 : 황금숙(대림대학교 문헌정보과 교수)

자유학기제 도입에 따른 독서문화 프로그램 개발 확대 보급을 위한 도서관 기반
독서문화 프로그램 조사·분석 및 청소년 독서문화 프로그램 개발

국립장애인도서관

2015년 도서관장애인서비스 현황 조사

- 연구책임자 : 최정택(㈜유니온리서치 대표)

전국 도서관(공공도서관, 장애인도서관 등)의 장애인서비스 운영 현황을 조사하여
장애인 서비스 활성화를 위한 정책수립의 기초자료로 활용

「장애인 독서활동 실태조사」 연구

- 연구책임자 : 김진양(㈜유니온리서치 부사장)

장애인 이용자 측면의 독서 활동 실태 점검 및 기초자료를 조사·분석하여 장애인의
지식 정보 격차 해소를 위한 시책 및 효율적인 독서진흥 방안을 모색함

장애인 분야 주제가이드 및 정보서비스 모델 개발

- 연구책임자 : 장우권(전남대학교 문헌정보학과 교수)

장애인의 권익보호 및 편의증진(국정과제 50)을 위한 각종 정책 수립과 관련하여 다양한 주제가이드 구축 및 정보서비스 기반 마련

국립세종도서관

국립세종도서관 공간 활용 종합계획 수립

- 연구책임자 : 임호균(연세대학교 실내건축학과 교수)

도서관의 비전과 발전 방향에 맞추어 소요공간 및 필요 시설을 산정하고, 열람 공간의 추가 확보 및 편의시설 확충 등 내·외부의 공간 활용 상태를 분석하여 종합적이고 장기적인 공간 활용 기본계획 수립 방안 제안

국립세종도서관 중장기 발전계획 연구

- 연구책임자 : 윤희운(대구대학교 문헌정보학과 교수)

국립세종도서관의 개관 이후 운영현황을 분석하고 도서관의 대내외 환경 진단을 통하여 중장기적인 국립세종도서관의 비전과 운영목표를 정리하고 전략적 핵심과제 개발



통권 제 389호

2015

비매품

기획·편집 | 국립중앙도서관 도서관연구소

인 쇄 | 2015년 12월 07일

발 행 | 2015년 12월 10일

발행처 | 국립중앙도서관

주 소 | 서울특별시 서초구 반포대로 201(반포동)

전 화 | (02)590-0799

팩 스 | (02)590-0502

웹사이트주소 | <http://www.nl.go.kr>

인쇄처 | 원화디앤피

DOSEOGWAN

Vol. 389

December 2015

Publishing office | National Library of Korea
201, Banpo-daero, Seocho-gu, Seoul, Korea
Tel | (02)590-0799 Fax | (02)590-0502

