〈김비서가 왜 그럴까〉의 장르 나들이

글 노진호 중앙일보 대중문화팀 기자(yesno@joongang.co.kr)



젊은 세대들의 서브컬쳐였던 웹콘텐츠에 대한 대우가 달라지고 있다. 무궁무진한 상상력을 바탕으로 쏟아 지는 웹콘텐츠 속에서 콘텐츠 업계가 무한한 확장 가 능성을 재차 확인하면서다. 두 편의 웹소설 완재를 마 친 이수아 작가는 "웹콘텐츠는 창작시 제약이 적기 때 문에 작가의 개성을 마음껏 내보일 수 있어 소재가 독 특하고 폭넓다"며 "비교적 짧은 시간에 이야기의 '기 승전결'을 확인할 수 있다는 점 또한 제작자들에게 매 력적이다. 원천소스로서 달라진 웹콘텐츠의 '몸값'이 체감할 수 있을 정도다"고 말했다. 개성 있는 소재와 그 완결성에 더해 대중의 반응까지 미리 엿볼 수 있는 콘텐츠에 매력을 느끼지 않을 제작자는 없는 법이다.

tvN 〈위대한 캣츠비〉(2007), KBS2 〈매리는 외박중〉(2010) 등 2010년을 전후해 시작된 웹콘텐츠의 드라마화는 이제 보편적인 일이 됐다. 올해가 그 정점을 찍었다 해도 과언이 아닌데, 올해만 하더라도 tvN 〈김비서가 왜 그럴까〉, KBS2 〈당신의 하우스헬퍼〉, JTBC 〈내 ID는 강남미인〉, JTBC 〈일단 뜨겁게 청소하라〉, 〈우리 사이 느은〉(방송사 미정〉, 〈계룡선녀전〉(미정〉, 〈좋아하면 울리는〉(넷플릭스〉) 등 이미 방영되

거나 제작되고 있는 웹콘텐츠 원작 드라마가 7편이다. 하지만 매력적인 꽃일수록 가시가 날카로운 법. 플랫 폼별 특성에 대한 고려 없이 그저 원작을 옮기는 데에 만 치중해도, 혹은 원작을 '아이디어' 수준으로만 빌려 와도 실패하기에 십상이다.

그렇기에 〈김비서가 왜 그럴까〉(이하 〈김비서〉)의 성공은 주목할 만하다. 콘텐츠 업계에서 바라고 있는 지식재산권(IP) 활용의 이상적인 그림을 그렸기 때문이다. 〈김비서〉의 원작은 정경윤 작가의 동명 웹소설이다. 2014년 카카오페이지에 연재된 후 로맨스 부문매출 1위를 기록했다. 이때 누적 조회수는 5000만 뷰에 달했다. 2016년에는 웹툰으로 그려졌고 역시 성공을 거둔다. 누적 조회수 2억 뷰에 구독자 수 580만여 명(8월초기준)을 돌파했다. 이 작품은 카카오페이지의 적극적인 마케팅을 바탕으로 드라마로 만들어졌다. 지난 6월 6일 시청률 5.8%(닐슨코리아, 유료가구기준)로 시작된 드라마는 최고 시청률 8.7%를 기록하며 호평속에 지난달 26일 종영했다. 이 작품을 통해청년 배우 박서준은 대세 배우로 입지를 다졌고, 숱한작품에도 배우로서 존재감을 드러내지 못했던 박민영





은 대중에게 자신의 이름을 각인시켰다.

〈김비서가 왜 그럴까〉는 아픈 과거를 공유하는 두 사람이, 서로에 대한 감정을 확인하며 사랑하는 이야 기다. 이 한 줄로 스토리 설명이 가능할 만큼 이야기가 분명하지만 그만큼 서사가 빈약하다는 세간의 평을 피 하기는 어려웠다. 그 빈약한 서시를 메워낸 일등 공신 은 주인공들의 독특한 캐릭터와 그들이 빚어내는 호흡 이었다. 하지만 캐릭터 플레이가 아무리 두드러진다고 해도 한계가 있다. 처음 이 작품의 드라마화 소식을 접 하고서 우려스러웠던 것도 바로 이 지점이었다. 갖은 묘사와 내면 심리를 서술할 수 있는 웹소설과, 적은 인 물로 단순한 플롯을 전개하기 유리한 짧은 호흡의 웹 툰은 그렇다 치더라도 매회 1시간 분량, 16부작의 긴 호 흡을 가진 드라마가 이를 풀어낼 수 있을까. 결론적으 로 말하지면. 〈김비서〉는 원작의 톤을 그대로 가져오면 서도 소설 웹툰. 영상이라는 각 플랫폼의 특성을 살려. 내는 데 성공했다. 이 결과 원작의 팬들은 물론 원작을 접하지 않은 이들을 설득하는 데에도 성공했다.

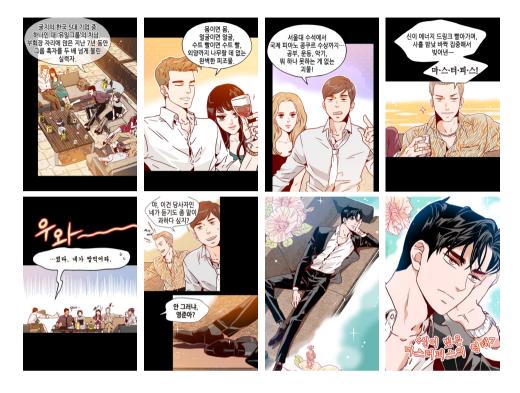
생동감 더하며 '보는 재미' 높인 웹툰

우선 웹툰은 원작 소설의 스토리를 압축적으로 가져

오는 동시에 웹툰만의 생동감을 얻는 데 성공한다. 만화가 가지는 고유한 특징이라고 할수 있는, 다소 비현실적인 묘사까지도 허락되는 자유로운 도상 이미지가 큰 역할을 했다. 이와 함께 웹툰은 텍스트를 바탕으로 독자가 직접 상상했던 공간적 배경과 인물 이미지를 구현하며 '보는 재미'를 높였다. 소설에서 자세히묘사하고 있는 인물 심리 또한 웹툰의 서술적 한계로인해 적절히 제한됐다. 이 때문에 독자들은 압축적인스토리 전개 속에서 자연스럽게 등장인물의 심리 변화를 감지하며 능동적으로 이야기를 따라가게된다.

예를 들어, 9년 전 영준이 회식자리에서 미소에 게 "나 알지요?"하고 묻는 장면이 있다. 미소는 "회장님 아드님"이라고 답한다. 웹소설은 이 장면에서, 과거 함께 유괴를 당했던 자신을 알아보지 못하는 미소에 대한 영준의 섭섭함을 설명한다. 하지만 웹툰에서는 그저 아무 말 없이 미소를 바라보는 영준의 그림한 컷으로 대신한다.

또 소설에서는 '비호감 나르시시스트'인 영준의 이미지를 설명하기 위해 한 페이지 이상 공들여가며 이를 설명하는 데 반해, 웹툰은 단 7컷의 그림으로 이를 대신한다. 특히 그 마지막 7번째 컷은 웹툰에서 영준이 처



음 등장하는 첫이다. 이 첫에서 소파에 누운 영준 주변으로 반짝이는 빛과 꽃 이미지는 웹툰의 자유로운 표현이 어떻게 캐릭터에 생동감을 더하는지 보여주는 대표적인 사례다. 웹툰을 그린 김명미 작가는 "소설에서 표현된 상황이나 느낌, 인물들의 캐릭터성을 어떻게 하면가장 효과적으로 전달할 수 있으까 고민했다"며 "글만으로 표현된 부분들을 효과적으로 그림으로 표현하고 잘라내고 축약하는 과정이 가장 어려웠다"고 말했다.

다채로운 볼거리 가득 채운 드라마. 부족한 서사 극복

앞서 얘기했듯 웹툰은 오히려 단순한 구조의 이야기를 옮기기에 유리하다. 인물 간 관계가 얽히고 서사가 복잡해질수록 짧은 호흡의 웹툰이 갖는 한계가 분명 해지기 때문이다. 하지만 드라마는 차원이 다른 얘기 다. 지난해 웹툰 〈부암동 복수자 소셜클럽〉〈작가 사자 토끼〉을 원작으로 한 드라마 〈부암동 복수자들〉을 연 출한 김선태 PD의 얘기다.

"웹툰의 드라마화는 분명한 장점이 있지만, 해결하기 쉽지 않은 과제도 있다. 원작의 매력과 가치를 유지하면서 드라마만의 차별화를 꾀해야 한다는 사실 과 웹툰의 짧은 호흡을 회당 60~70분, 짧게는 10부가 넘는 긴 호흡의 드라마 대본으로 만들어내야 하는 과정이다. 일부 웹툰의 경우 웹툰에 최적화된 소재로 인해 드라마화하기 쉽지 않거나, 단순한 플롯으로 인해 스토리의 확장성에 제한이 있다. 이를 극복하기 위해 다양한 시도를 하면서 오히려 원작에 익숙한 시청자들의 몰입이 어려워질 수 있다는 위험성 또한 있다."

스토리 확장성의 한계는 〈김비서〉를 연출한 박준화 PD도 고민했던 부분이다. 이는 원작 팬들이 많은 작품일수록 해결이 더욱 쉽지 않은 문제기도 하다. 박준화 PD는 이에 대해 "영준 형인 이성연(이태환 분)과의 삼각 관계, 부모와의 갈등 같은 것을 추가하는 게어떨까 서사를 고민하기도 했다"며 "하지만 새로운 서사를 가미하면 극성은 강화될지 몰라도 원작 정서와디테일을 미묘하게 파괴하고 몰입을 방해할 것 같아그대로 가기로 했다"고 말했다.

서사를 포기한 대신 박준화 PD는 영리하게 돌파구를 찾았다. 원직에선 주목받지 못했던 조연 캐릭터들을 활용하고, 영상화 과정에서 가져올 수 있는 다양한 효과를 적극적으로 활용했다. 이를 통해 원작 소설과 웹

분의 인기 요인이었던 두 주연 배우들의 캐릭터 플레이를 해치지 않으면서도 볼거리를 다채롭게 만들었다.

예를 들어 원작 소설과 웹툰에서는 크게 부각되 지 않았던 부속실 구성원의 활약이 컸다. 맛나는 사투 리로 '카더라' 소식을 전하는 부장 '정치인'(이유준 분) 극단적으로 촐싹 맞은 과장 '봉세라'(황보라 분). 그런 봉세라와 로맨스를 그리는 수행비서 '양철'(강홍석 분) 등 부속실 사람들이 만들어내는 크고 작은 사건과 로 맨스는 드라마의 또 다른 재미였다. 간혹 조연들에 게 주어진 역할은 두 주인공의 로맨스 서시를 강화하 는 도구로 쓰이기도 했다. 예를 들어, 드라마에는 박 유식 사장(강기영 분)의 비서 설마음(예원 분)이 우연 히 김 비서가 소개팅하는 장면을 보고 사진을 찍어 이 를 실수로 유식에게 전송하는 장면이 나온다. 마침 영 준과 얘기하고 있던 유식은 이를 영준에게 보여주고, 영준은 소개팅 현장으로 다짜고짜 찾아가 회를 낸다. 이 에피소드는 웹툰에서 김비서가 영준 몰래 소개팅 을 하며, 계속해서 소개팅남과 영준을 비교하는 스스 로를 발견하는 정도로만 다뤄졌던 내용이다.

원작 정서 재현하면서도 보조 캐릭터·효과를 활용해 색다른 재미 선사

이와 함께 기존 드라마에선 쉽게 볼 수 없는 컴퓨터



그래픽(CG)과 각종 효과음이 적절히 가미돼 실사화 과정에서 자칫 '손발이 오그라들 수 있는' 원작 소설과 웹툰의 톤을 설득력 있게 유지했다. 보통 웹툰은 과 장된 표현과 비현실적 연출을 통해 감정을 극대화하지만, 영상의 경우 현실적인 연출이 기본이다. 드라마 '김비서'는 다양한 표현 방법을 활용해 영상과 웹툰의 간극을 좁혀 이질감을 없앴다.

예를 들어 드라마에는 박유식 사장이 김비서와 이 영준의 관계를 썩은 사과에 비유하며 설명하는 장면이 있는데, 이 과정에서 드라마는 CG로 사과를 유머러스하게 입혔다. 그리고 영준이 자신을 가리키며 '아우라'를 운운할 땐 CG로 및 효과를 주기도 했다. 정경윤 작가는 "소설은 행간을 음미하고 장면을 상상하면서 아무래도 보는 사람이 능동적으로 참여할 여지가 많은데, 영상의 경우엔 온전히 다 만들어진 장면으로 전달되다 보니 호흡이나 분위기가 많이 다른 것 같다"며 "같은 스토리를 다른 표현으로 접하게 되는 게 무척 매력적이고 재밌었다"고 말했다.

만화를 찢고 나온 듯 싱크로율을 높인 두 주연 배우의 호흡은 '화룡점정'이었다. 박민영은 드라마 종영 후 가진 인터뷰에서 "웹툰 속 김미소와 싱크로율을 높이기 위해 체중을 4kg 넘게 감량하고 옷과 헤어및 메이크업도 최대한 똑같이 하려 노력했다"고 말했다. 박준화 PD는 "텍스트뿐 아니라 영상이나 오디오드라마에서 표현 가능한 방법으로 콘텐츠 자체의 재미를 배가시키기 위해 공들였다. 특히 매 신마다 박서준—박민영 두 사람의 케미스트리를 극대화하기 위해고민하고 공들여 촬영했다"고 말했다.

요악하자면, 드라마 〈김비서〉는 원작이 가진 단순한 서사의 한계를 훌륭히 극복했다. 두 주연배우의 호흡을 바탕으로 원작의 캐릭터 플레이를 부각시켰고, 이 중심 플롯을 유지한 채 조연들을 활용해 부수적 플롯까지 더 해 다양한 볼거리를 만들어냈다. 그간 드라마 속에서 보기 힘들었던 각종 효과도 주효했다. 이를통해 드라마는 원작소설과 웹툰이 가진 정서를 해치지 않으면서도 드라마만의 재미를 보여줬다.

hh

어떤 웹툰을 영상화해야 하는지는 쉽게 규정할 수 없는 문제다.

서사는 캐릭터는 완벽한 웹툰은 없다. 이걸 영상화한다고 했을 때는 더욱 그렇다.

- 그저 서시든, 캐릭터든 뭔가 매력적인 요소가 하나 있다면
- 그것을 중심에 놓고 밀고 나가야 한다.
- 이에 대한 자기 확신이 가장 중요한 성공 요인이 아닐까.

99

원작 정서 해치고, 영상화 과정서 이질감 극복 못하면 실패할 가능성 높아

사실 웹콘텐츠의 경우, 대개 인기가 입증된 콘텐츠를 중심으로 영상화가 진행된다. 이는 웹콘텐츠 원작 드 라마가 원작 팬들의 기대를 저버릴 경우 좋은 평가를 받기 힘들다는 말과도 같다. 같은 시간대에 방영되는 경쟁작뿐 아니라 드라마의 원작과도 경쟁해야 한다는 건 콘텐츠 창작자들에게 분명 녹록지 않은 조건이다. 앞서 적지 않은 웹콘텐츠 원작 드라마들이 괜히 부진 했던 게 아니다.

2015년 MBC 드라마 〈밤을 걷는 선비〉는 동명 만화를 원작으로 하고 있다. 이 드라마의 경우 원작으로 부터 '흡혈귀'가 등장한다는 아이디어와 함께 인물 설정을 따왔지만, 드라마로 각색하는 과정에서 원작의 기본 정서 자체가 달라졌다. 조선 왕조를 농락하는 흡혈귀를 죽일 '비망록'에 관한 서사를 강화하면서 기존로맨스물에 가까웠던 원작이 '정치물'처럼 비쳐진 것. 여기에 영상으로 구현이 쉽지 않은 흡혈귀 등을 연출하는 과정에서 CG가 극의 몰입을 방해하는 요소로 작용했다. 각색과 연출 모두 실패했고, 결국 원작팬들은 물론 대중에게도 선택받지 못했다.

2015년 JTBC 드라마 〈송곳〉의 경우는 좀 특별했다. 원작 정서에 충실했지만 드라마라는 플랫폼의 특성을 고려하지 못해 최고 시청률 2.2%라는 저조한 시청률을 기록했다. 노조 결성 방식과 투쟁 방식, 노동법 조항 등을 상세히 설명하는 데 드라마가 치중하면서 대중이 쉽게 드라마에 스며들 수 없었다. 이에 대해 김우필 대중문화평론가는 "시청자는 드라마를 보면서 노동법을 공부하기보다 노동법이 왜 필요한지를 직관적으로 공감하고 싶을지 모른다"고 지적한 바 있다. 결국 원작 팬들에게는 극찬을 받았지만, 웹툰을 보지 않은 대중까지 설득하지는 못했다.

반면에. 동명 웹툰을 원작으로 한 2014년 tvN 드

라마 〈미생〉은 탄탄한 서사를 갖춘 원작을 현실감 높게 가져오며 기존 팬들은 물론 대중적으로도 선택받을 수 있었다. 특히 드라마는 웹툰과 비교해 주인공인 장그래의 자기 계발 에피소드를 축소하는 대신 '워킹 맘'이나 고졸 계약적의 애환, 여직원에 대한 직장 내성차별과 관련된 서사를 강화·확장하며 폭 넓은 대중성을 획득했다. 그러면서도 직장인의 애환을 다룬 원작의 정서를 충실히 구현했다.

플랫폼을 넘나들며 흥행한 〈김비서〉는 좋은 P의 확보가 얼마나 중요한지를 그 자체로 드러낸다. 플랫폼의 성격에 맞게 어떻게 원작을 변용해야 하는지 보여주는 모범 사례기도 하다. 하지만 〈김비서〉가 딱 부러진 정답은 아니다. 슬프지만 그런 정답은 있지 않다. '원작을 존중하되, 플랫폼에 맞는 색다른 매력을 보여줄 것' 정도가 정답이라면 정답일까. 구체적인 방법은 결국 원작과 플랫폼의 성격에 따라 달라질 수밖에 없다. 예를 들어 2시간 내외 압축적으로 이야기를 전달하고 설득해야 하는 영화의 경우, 원작 재현에만 초점이 가면 자칫산만한 전개와 뻔한 내용이라는 비판을 피하기 힘들다.

따라서 〈김비서〉는, IP 활용의 숱한 방법 중 하나를 성공적으로 보여준 참고 사례라는 데 의의가 있을 뿐이 다. "어떤 웹툰을 영상화해야 하는지는 쉽게 규정할 수 없는 문제다. 서사든 캐릭터든 완벽한 웹툰은 없다. 이 걸 영상화한다고 했을 때는 더욱 그렇다. 그저 서사든, 캐릭터든 뭔가 매력적인 요소가 하나 있다면 그것을 중 심에 놓고 밀고 나가야 한다. 이에 대한 자기 확신이 가 장 중요한 성공 요인이 아닐까." 〈김비서〉의 드라마회를 결정한 제작사 본팩토리 오광희 대표의 말이다. 정답을 찾아가는 데 한 가지 힌트는 될 수 있지 않을까. ❶

INTERVIEW

〈김비서〉 흥행 신화의 가교, YJ Comics 김영중 대표

글 방승언 기자(earny00@gmail.com)



히트 웹소설로 시작한 작품이 히트 드라마까지 도달할 수 있었던 데에는 중간 단계였던 웹툰의 역할이 컸다. 장르를 넘나드는 〈김비서가 왜 그럴까〉(이하〈김비서〉) 연속 흥행의 한 가운데 서 있는 웹툰 제작사 YJ Comics 김영중 대표를 만나 김 비서 웹툰화 과정의 이야기를 들어봤다.

웹툰 〈김비서〉를 만나게 된 과정이 궁금하다.

원작 〈김비서〉의 유통을 맡았던 카카오페이지는 2015년 부터 소설의 웹툰화를 시도하며 좋은 반응을 얻어 왔다. 그 해 가을에 카카오페이지는 우리 측에도 4편의 웹소설 타이틀의 웹툰화 가능성을 검토해 볼 것을 제안해왔고 그 중의 한 작품이 〈김비서〉였다. 개인적으로 과거 순정만화 계에 몸담았던 기간이 길었기 때문에 작품 제목을 보는 순간 '이건 될 것 같다'는 모종의 감이 왔다. 그렇게 작품 을 검토한 뒤 웹툰화를 맡아줄 김명미 작가님께 연락하면 서 웹툰 제작이 시작됐다.

작가와 작품의 성공적 매칭이 중요할 것 같다. 〈김비서〉의 경우 여러 작가들 중 김명미 작가에게 재창작을 제안하게 된 이유는?

웹툰 제작을 맡아 줄 작가를 찾는 방식은 드라마 제작진 이 배역에 맡는 배우를 찾는 방식과 유사하다. 배우들이 각자 잘 하는 장르가 있듯이 작가들도 저마다 독자적인 스타일과 특기가 있다. 이를테면 판타지 장르 전문 작가들 중에도 중세 배경 판타지 전문가가 있는가 하면 현대배경의 판타지를 잘 하는 분도 있다. 이런 작가별 특화 분야를 우리는 상세히 파악하고 있다. 김명미 작가님의 경우 기존

에 함께 작업해본 경험에 의거해 로맨틱 코미디 스타일의 원작을 훌륭히 소화해 주리라는 확신을 가질 수 있었다.

웹소설은 가짓수도 많고 스타일도 다양하다. 이들 중에서 웹툰화할 작품을 선정해 내는 과정이 궁금하다.

크게 두 가지 형태가 있는데, 첫째는 원작 소설의 제작사나 유통 플랫폼 측에서 여러 작품의 웹툰화를 제안해 오고 그 중 우리가 검토를 거쳐 선정하는 방식이다. 둘째로는 앞서 말했듯 특정 작가에 어울리는 작품을 원작사와 플랫폼이 선별하여 추천하는 방식이 있다.

원작사나 플랫폼이 추천작들을 제안해 올 경우엔 회사 내부에서 여러 명이 작품을 읽고 검토하는 과정을 거친다. 웹툰으로 옮겨왔을 때 소설 원작의 재미를 충분히 살려내 고 그 이상의 재미까지 만들어낼 수 있을지 살펴보기 위함 이다. 이렇게 선정된 작품을 어울리는 작가에 매칭시킨다.

한편 작가에 맞춰 작품 추천이 들어온다면 이들 중 웹 툰에 최적화된 작품들을 추가적으로 선별한 뒤 선정 이유와 함께 작가들께 전달한다. 이런 작품들의 웹툰화 가능성에 대한 작가들의 생각은 우리와는 또 다르다. 작가가 웹 툰화 적합성을 최종적으로 판단해 하나의 작품을 고르면 제작이 이뤄진다.

원작 소설 배포를 맡았던 키카오페이지와의 협업이 웹툰화 사업의 중요한 부분을 차지했을 것 같다. 구체적인 협업 과정을 설명해달라.

카카오페이지는 순정만화라는 장르 및 웹소설의 웹툰화에 주력함으로써 다른 웹툰 플랫폼과의 차별화에 성공했

Vol.07

21

INTERVIEW

다. 웹툰 제작사에 작품을 제안해 함께 양질의 콘텐츠를 만드는 공동 상업 시스템을 잘 갖추고 있다. 더불어 프로 모션 측면에서도 일단 고품질 콘텐츠가 만들어지고 나면 이 작품을 이용해 플랫폼 상에서 다양한 홍보 및 마케팅 을 벌이기 좋은 구조다. 〈김비서〉 제작에서 홍보까지 이르 는 과정에 두 기업의 호흡이 잘 맞았던 것 같다.

여러 웹소설 작품을 웹툰화한 경험이 있다.

소설의 웹툰화에 따르는 공통적 어려움은 무엇이 있나?

〈김비서〉작품의 경우 김명미 작가가 매우 재미있어하면 서도 주된 줄거리가 특정 장소 및 특정 인물에 한정된다는 점에 우려를 표했었다. 더불어 원작 소설에서 일어나는 사건은 두 사람의 연애 '밀당'이 거의 전부를 차지한다. 만화는 소설과 달리 매 에피소드마다 크고 작은 사건이 일어나 줘야만 작품을 끌어갈 수 있는 힘이 생기기 때문에문제가 되는 부분이다. 작가가 이런 문제로 인해 스토리구상에 어려움을 겪을 때면 우리 측에서도 다양한 스토리아이디어를 짜 작가에게 전달하는 노력을 기울였다.

웹툰과 소설의 구조적 차이 때문에 발생하는 어려움은 그 외에도 여러 가지가 있다. 예를 들어 소설의 경우 후반 부의 사건을 설명하기 위해 초반에 내레이션을 집중시키는 경우가 있다. 만화에서는 내레이션 방식의 해설이 어렵기 때문에 후반부의 사건을 앞으로 끌어오는 등의 재구성이 필요하다. 한편 등장인물 수가 너무 많아도 힘들다. 이야기를 만들기에는 좋은 요소지만 각 인물을 그림으로 창조해내기 쉽지 않기 때문이다.

물론 정반대로 웹툰화가 용이한 작품들도 있다. 우리 의 다른 작품 〈조선 세자빈 실종사건〉의 원작 소설의 경우 주연, 조연, 주변인물이 차지하는 각자의 비중이 웹툰의 스타일에 매우 어울렸고, 인물이 다종다양한 사건을 겪는 다는 점에서도 웹툰화가 쉬웠다. 이런 특색은 드라마로 각 색하기에도 적합해 보인다는 판단에 해당 작품의 드라마 화를 프로모션하고 있다.

작품 각색 정도에 대한 원작 출판시와의 협의 과정은 어땠나?

YJ Comics는 〈김비서〉이전에도 웹 소설을 웹툰화한 경험을 많이 가지고 있기 때문에 원작을 출간한 가하출판사 담당자에게 각색의 필요성을 충분히 설득할 수 있었다. 사실 미디어 환경마다 연출이 달라져야만 한다는 점은 모두 이해하고 있는 사실이다. 가하출판사 역시 작품의 핵심과 주된 흐름만 훼손하지 않을 것을 당부하고 그 외 세부적인 각색은 전부 수용해줬기 때문에 여러 각색을 시도할수 있었다. 작가님 본인도 만화에서 새로이 시도된 여러가지 연출을 즐겁게 보셨다고 들었다.

〈김비서〉 웹툰의 성공 요인은 무엇이었다고 생각하는지?

우선 원작 소설이 검증된 작품이었다. 그리고 훌륭한 원작을 김명미 작가께서 훌륭히 각색해 주셨다. 원작의 캐릭터가 잘 살이났고 매 화의 마지막 컷마다 독자의 궁금증을 유발시킬 수 있도록 절묘한 연출이 이뤄졌다. 마케팅에 있어서는 카카오페이지에서 작품을 여러 채널에서 노출시켜줬고 우리는 이벤트 상품 준비 등으로 여기에 협조했다. 이런 요소들이 종합됐던 결과라고 생각한다.

마지막으로 전했으면 하는 말은?

〈김비서〉IP가 많은 관심을 받고 이슈가 됐지만 이들 작품의 저작권 보호도 그에 못지않은 중요 이슈라고 생각한다. 웹툰의 경우 네이버나 레진 등 플랫폼에서 불법 콘텐츠유통 사이트 단속을 위해 3년이나 공을 들인 것으로 알고 있다. 국내에서 우수한 재능을 지닌 창작자들이 좋은 콘텐츠를 만들고 있지만 정작 이들을 위한 저작권 보호는 잘이뤄지지 않는 것이 안타깝다. 요즘 불법 콘텐츠 유통은 조직적으로 이루어진다. 개개인이 불법 콘텐츠를 이용하지 말자는 내용의 캠페인으로는 부족하다. 불법 업로드 조직 근절을 위한 국가 차원의 대책이 필요하지 않을까. ❶

응복합의 다크호스: 웹드라마와 웹애니메이션

글 이지현 기자(story-forest@naver.com)

IP 융복합은 무척 매력 있는 이야기지만, 콘텐츠 업계의 장르 안에서 순서를 지켜 이루어지는 등가교환으로 보이기도 쉽다. 그러나 여기 기존 장르의 영역에서 출발하여 새로운 지평을 개척해 나아가는 신매체가 있다. 바로 웹 애니메이션과 웹 드라마다.

웹 드라마-브랜드와 결합하는 다양한 스토리텔링

2010년 웹을 통해 공개된 윤성호 감독의 12부작 드라마 〈할 수 있는 자가 구하라〉는 최초의 웹 드라마였다. 8년이 흐른 현재, 웹 드라마는 효율적인 홍보 메시지를 전달하거나 저비용으로 공중파나 방송국에서 보기힘든 작가주의를 시도할 수 있는 대안과도 같은 장르다. 듣는 팟캐스트에서 출발한 개인 방송은 이윽고 삶의 기록을 보여주는 SNS와 유튜브로 이어졌고, 일상을 넘어서는 스토리텔링을 담은 콘텐츠가 점차 이러한 통로를 거쳐 확산되기 시작했다.

웹 드라마의 길이는 한 편당 5분에서 20분 사이로 기성 방송국 드라마에 비하면 몹시 짧다. 이렇게 짧은 영상은 그 자체로 이야기가 있는 광고와도 같다. 브랜드 웹 드라마가 우후죽순 생겨나는 이유다. 여기서 '브랜드'란 제품이나 콘텐츠를 보유한 기업일 수도 있고, 관광자원을 보유한 지역 도시가 될 수도 있다. 기업의 웹 드라마는 자사 제품을 홍보하기 위해 자사를 연상케 하는 요소를 모아 찍으며 이때 시청자들은 곧 잠재고객이자 이용자가 된다. 지역을 홍보하는 웹 드라마는 관광객을 위한 지역 명소를 홍보하고 안내하기도하고, 때로는 웅숙깊은 지역 소재를 서사 중심에 배치하기도 한다. 웹 드라마의 시도가 기대되는 이유는 바로 이와 같은 소재의 발굴 및 확장에 있다.

웹 애니메이션 – 자체 브랜드와 플랫폼을 구축하다

한 미술관에서는 올 상반기에 주목할 만한 전시를 선





보였다. 바로 웹 환경에서의 애니메이션을 소재로 삼은 '플립 북'이라는 제목의 전시였다. 타 예술 분야에 비해 소개되지 않았던 애니메이션이란 장르를 예술계 장에 호명하는 시도였다. 이 전시에는 시선을 끄는 애니메이터들의 작품 외에도 주목할 만한 업체와 작품이 참가하였는데, 바로 동명의 소설을 원작으로 하여 제작된 웹 애니메이션 〈정령왕 엘퀴네스〉와 이 작품이 서비스되는 웹 애니메이션 플랫폼 업체 '툰봐'였다.

툰봐는 사운디스트 엔터테인먼트라는 성우 중심 의 회사가 요체다. 한국 웹툰이 대두되는 환경 속에서 시장 확장을 고민하며 만들어진 이 업체는 준비된 한 국의 애니메이터 인력풀에 주목하여. 웹툰이나 소설 을 애니메이션으로 만들어 제공하는 과정을 거친다. 콘텐츠의 원천 IP를 출판물에서 발견하는 경향은 이 전부터 광고 및 홍보용으로 대두된 북 트레일러가 자 연스럽게 웹 애니메이션으로 흘러갈 수 있게 한 토양 에서 기인한다. SBA 그라폴리오 밀리의 서재가 협업 하여 개최한 웹 애니메이션 공모전의 수상작들은 각 각 에세이(공지영 (딸에게 주는 레시피))나 서양 고전 (제인 오스틴 〈오만과 편견〉) 등을 짧지만 멋진 비주얼 및 연출로 형상화하였다. 감상자에게 즐거움을 주는 이 같은 웹애니메이션의 시도는 기성 일러스트레이터 들의 실험에서도 두드러진다. 애니메이터 출신 작가 인 박서영의 '시루'라는 캐릭터는 짧은 영상이나 이미 지가 올라오는 인스타그램에 '움직이는 일러스트'로 등장함으로써, 자체 브랜딩 수단으로 쓰일 수 있는 웹 애니메이션의 기능성을 보여 주었다. ●