PUBLICATION

만화책을 읽는 어른

한미화 | 출판컬럼니스트

인터넷의 등장은 누구나 자유롭게 작품을 발표하고 독자와 만날 수 있는 가능성을 열어 줬다. 또한 기성 작가가 인터넷 연재를 통해 장편 만화를 시도할 수 있는 환경이 마련되고 있다. 여기에 만화책 역시 사서 보는 것이라는 인식과 어른도 만화를 읽는다는 풍토가 조성된다면 우리 만화가 새로운 지형을 만들어 낼 수 있지 않을까.

386세대의 만화 소비 패턴

일요일마다 광화문 서점에 가는 횟수가 잦아졌다. 갑자기 열혈독자로 거듭 났을 리도 없고 순전히 아이의 등쌀에 못 이겨 하는 일이다. 동네에서 서점을 찾아 볼 수도 없으니 가장 가까운 서점이 광화문 K문고다. 일요일 한때를 서점에서 보낸다면 즐거운 일일 수도 있다. 그런데 꼭 그렇지만도 않은 것이 일단 방학 중이라면 서점의 어린이 코너는 아수라장이다. 거기서 이 책을 살까 저 책을 살까 고민하는 아이와 10여 분 남짓 서 있다 보면 어서 나가고 싶다는 생각밖에 들지 않는다. 그렇다면 방학 때가 아니라면 즐겁겠다 싶지만 그게 또 그렇지 않다. 서점을 오가느라 반나절이 흘렀건만 아이는 방금 서점에서 산 만화책을 집으로 오는 도중에 잽싸게 읽어 버린다. 집에 도착하기도 전에 다음 주에 살 만화책 이야기를 꺼낸다. 돈과 시간을 투자한 부모 입장에서는 왠지 좀 허탈하다(이래서 부모들이란 아이들에게 만화책을 사주는 걸 아까워하는 걸까).

이런 생각을 하거나 말거나 이렇게 해서 주말마다 아이가 섭렵하고 있는 만화책이란 「메이플 스토리」 시리즈와 「마법 천자문」 시리즈, 그리고 「뿌까」 시리즈, 「그리스로마 신화」 시리즈, 「살아남기」 시리즈 등등이다. 한마디로 학습만화들이다. 요즘 학습만화는 판형도 크고 컬러인 데다가 저학년을 대상으로 하니 그림도 크게 크게 그려져 있어 한 권을 읽는데 30분도 안 걸린다.

그런데 만화책 사는 아이 탓 할 것 없이 나도 이제는 서점에 가서 만화책 코너를 기웃거리게 됐다. 『어깨동무』, 『소년중앙』 등의 소년지와 『보물섬』 같은 만화잡지를 읽고 자란 세대니 만화에 대한 선입관 같은 건 애당초 없다. 오히려 어린 시절 공부는 안하고 만화만 본다는 부모의 구박을 받은지라 더 이상 눈치 볼 필요가 없이 떳떳하게 만화를 보는 것이 자랑스럽다. 하지만 어린 시절과 20대 초반을 지나며 이내 만화와는 소원해졌다. 만화잡지를 끊은 거야 말할 것도 없고 종종 들르던 만화방도 가본지 오래다. 주로 남성들이 선호하는 만화가 연재되던 스포츠 신문까지 사서 읽는 정성도 없으니 그럴 만도 하다.

그런데 최근 들어 굳이 만화방을 가지 않아도 성인이 읽을 만한 만화가 서점에서 눈에 띄기 시작했다. 그동안도 간헐적으로 「천하무적 홍대리」 같은 단편 만화들이 보이긴 했지만, 장편 창작 만화책들이 서점에서 판매된 건 또 오랜만이다. 주간지에 연재하고 단행본으로 만드는 관행 덕에 무척이나 긴 일본만화를 따라 읽는 것은 그동안 좀 어려운 일이었는데, 일본 작가 다니구치 지로의 만화책은 좀 달랐다. 단행본 두 권 분량이라 읽기도 적절하고, 한참 아버지가 내 나이에는 무슨 생각을 하며 살았을까 싶던 터여서 그랬는지 「열네살」을 읽고는 아버지 생각을 많이 했다. 비슷한 무렵 허영만의 「식객」도 출간되기 시작했는데, 잠자기 전에 「식객」을 읽고 있자면 군침이 돌아 잠을 이루기 힘들었다.

그러다가 최근에 읽는 만화가 또 생겼다. 강풀의 인터넷만화에 뒤늦게 열을 올리고 있다. 남들이 강풀, 강풀 하는 소리를 귓등으로 흘리다가 그의 만화를 인터넷이 아닌 단행본으로 나온 후에 봤다. 「바보」와 「순정만화」를 읽고 나니 비로소 원래 강풀 만화야 인터넷에 연재되는 걸 따라 읽는 게 맛인데 싶은 생각이 들었다. 그래서 최근 연재 중인 「타이밍」을 마우스의 스크롤을 따라 움직여가며 봤다. 「타이밍」을 보고 있으려니 이번 주말에는 「타이밍의」 전작인 심리스릴러물 「아파트」가 읽고 싶어졌다. 아무래도 이번 주 말에도 아이를 구슬려서 서점에 가야 할 것 같다.

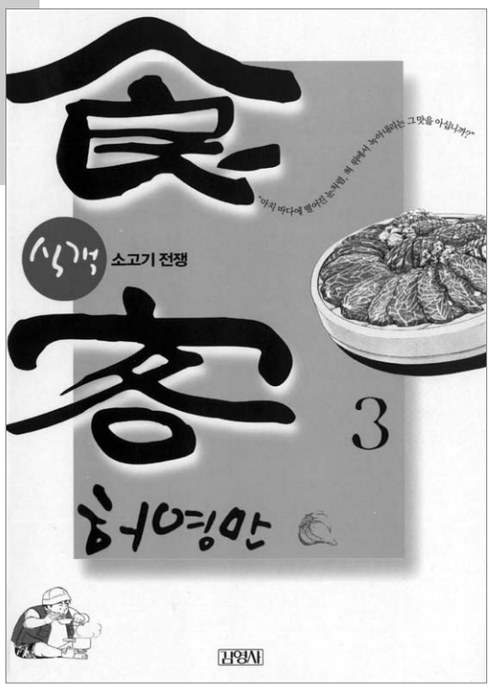
만화시장의 달라진 풍경

이야기가 좀 구구절절 했지만 386세대가 나이 들어가며 만화를 소비하는 패턴이 대충 이렇지 않나 싶다. 작위적이긴 하지만 종종 출판에서는 한국의 386세대를 일본의 단카이 세대와 비교하곤 한다. 1947~49년 사이에 태어난 약 800만 명의 단카이 세대는 베이붐 세대니 전공투 세대니 하는 말로 불려오며 일본의 두터운 독자층으로 자리잡아왔다. 만화도 예외는 아니어서 단카이 세대가 처음으로 어린이 잡지를 구매하며 만화 붐을 일으켰다.

이후 1960년대에 대학생이 된 이들은 어린 시절 본 만화를 청년이 되면서도 읽었고 대학생이 만화를 본다는 사실이 뉴스거리가 됐다. 당시 요즘 대학생들은 오른손에는 아사히 저널, 왼손에는 소년매거진을 읽는다는 것이 화제였다고 한다. 이들은 3~40대의 중년층이 되어서도 만화책을 즐겨 읽어 전철에서 샐러리맨들이 만화책을 보는 풍경을 흔하게 만든 장본인들이기도 하다. 단카이 세대처럼 한국의 3~40대도 만화와 더불어 자란 세대다. 어린 시절에는 명랑만화를 읽었고 청년기에는 이현세 · 박봉성 · 허영만의 만화를 대본소에서 봤다. 허영만의 만화인생 30년을 기념하여 출간된 「허영만표 만화와 환호하는 관중들」을 보면 30여 년 간 우리 만화의 사정이 잘 드러난다.

일반서적보다 만화가 더 많이 출간될 정도로 호황기를 누렸던 1960년대 중 · 후반기에 허영만은 견습생으로 만화를 시작한다. 대본소용 만화를 그리던 그는 『어깨동무같은 소년지에 창작만화를 연재하기도 했지만, 1980년대 중반 복제한 일본만화의 영향으로 대본소에 초장편 극화 열풍이 몰아치자 대형화실을 마련하고 공장식 분업창작도 했다. 일본의 만화주간지를 본 뜬 1988년 『아이큐점프』나 1991년 『소년챔프』 등의 만화잡지가 나오며 신인들이 속속 등장하자 허영만은 이래서는 경쟁력이 없다는 생각으로 분업형 공동창작을 포기했다.

허영만이 공장식 분업을 포기했던 무렵이 대본서 중



허영만의 「식객」

심으로 만화를 소비하던 오랜 관행을 벗어나 독자들이 만화책을 사서보는 환경이 싹튼 무렵이다. 만화잡지에 실린 연재물들은 단행본으로 나오며 작가들에게도 창작이 가능한 환경이 만들어지는가 싶었다. 마침 일본만화의 수입이 개방되며 1989년에는 「드래곤볼」이 처음으로 공식 라이선스 계약을 맺어 연재됐다. 이후 「슬램덩크」 등 인기 만화가 잡지에 연재되며 만화잡지는 젊은층에게 인기를 누렸고 91년부터 95년까지는 해마다 5~10개 정도의 만화잡지가 창간되었다.

그러나 1990년대 말로 접어들며 서점에서 '만화책을 사서 보는 습관' 은 다시 빌려보는 관행으로 후퇴했다. 우선 1997년 '청소년보호법' 에 따라 불량서적으로 낙인찍힌 만화가 서점에서 철수됐다. IMF 이후 생겨난 만화대여점도 국내 만화시장의 발목을 잡았다. 대여점이 호황일 때는 그럭저럭 기본 부수를 소화해줄 수 있었지만 대여점 수가 줄어들자 만화 역시 최소한의 발행부수마저 팔 곳이 없어져 버린 것이다. 결국 만화를 사서보는 것이란 인식도 없어진 데다 대여점마저 줄어드니 만화는 설 땅이 없어졌다. 대여점에만 팔아도 된다는 안이한 인식이 결국 만화의 침체를 불러온 것인데, 이런 현상은 같은 시기 대여점에서 소비되던 무협지나 판타지도 같은 결과를 낳았다. 대여점은 창작의 덫이다.

게다가 인터넷과 네트워크 게임이 급속히 전파되며 만화잡지의 아성마저 흔들렸다. 만화잡지는 판매가 부진하자 이를 타계하기 위해 자극적인 일본 만화를 실으며 독자층을 넓히려는 안간힘을 쓰게 된다. 결국 만화잡지는 주요 독자인 초등학생과는 거리감이 생겼고, 초등학생을 위한 만화잡지의 전통마저 사라져 버렸다.

그러나 독자가 있는 한 시장은 어떻게든 존재하는 것이라 초등학생용 만화잡지는 사라졌지만 초등학생이 볼만한 만화는 다시 태어났다. 과거 만화잡지를 만들던 대형출판사가 아니라 단행본 특히 어린이 책을 주로 만드는 단행본 출판사들에서 시도한 학습만화이다.

일본만화의 그늘에서 벗어나기 위하여

한국만화는 도입과정이나 표현양식 심지어 출판양식도 모두 일본의 것을 모방하며 성장해왔다. 허영만이 1960년대 문하생 수업을 받던 시절, 스승이었던 이향원은 「허리케인 죠」라는 권투만화를 그린 치바 데츠야의 만화에서 큰 영향을 받았다고 고백한다. 지금 30대인 소설가 정이현은 인생의 모든 건 만화 「슬렁덩크」에서 배웠다고 말한다. 지금도 우리 상업만화의 공백을 채우고 있는 건 일본만화이다. 독자들이 만화를 보는 눈 역시 일본식 만화에 길들여져 있어 간헐적으로 출간되는 유럽 예술만화는 설자리가 없다. 그러나 이런 와중에도 국내에는 일본만화와는 다른 조짐들이 보이고 있으니 학습만화와 인터넷만화가 그 것이다.

일단 학습만화의 위력은 대단하다. 「그리스로마 신화」가 1,000만 부, 「코믹 메이플 스토리」가 245만 부, 「마법천자문」이 300만 부, 「살아남기」 시리즈가 280만 부, 만화 삼국지가 300만 부 정도 팔렸다. 한국문화콘텐츠진흥원(2003 통계)에 따르면 7,500억 원의 만화시장 중 3,000억에 이르는 것이 학습만화라고 한다. 학습만화의 호황은 만화시장 전체의 성장과는 동떨어진 기형적 소비구조이긴 하지만 어쨌건 어린이들의 만화소비는 절대적이다.

사실 학습만화의 모태는 만화가 저질이라는 선입관 때문에 만화책 구매에 소극적인 부모들에게 어필하기 위해서 1990년대 초반 궁여지책으로 학습성을 강조한 채 탄생된 만화이다. 만화라는 장르가 갖고 있는 흥미유발요소 때문에 정보를 가미한 만화가 어필하고는 있지만, 학습만화라는 장르만 살아남고 상업만화가 죽는 현상은 앞뒤가 바뀐 일이다. 심지어 상업만화 작가가 학습만화의 호황에 자괴감을 느끼고 학습만화로 영역을 바꾸는 일이 벌어지기도 한다.

이점에서 일본만화의 성장동력이 무엇인가를 살펴보는 일은 우리 만화에게 많은 시사점을 던져준다. 정현숙 교수는 『일본만화의 사회학』을 통해 일본만화를 내밀하게 고찰하고 있는데, 오늘날 일본만화가 이토록 성장한 이유는 대체로 네 가지 정도로 요약할 수 있다. 우선 서구에서 신문의 발행부수를 높여보겠다는 목적으로 신문연재로 시작된 만화가 일본에서는 일찌감치 종속적 위치를 벗어버리고 만화만 싣는 주간지로 발전했다.

주 단위로 만화만 연재되는 주간잡지가 정착되자 일본만화는 만화의 표현이나 전개방식 등에서 비약적인 발전을 거듭했다. 한마디로 독자가 다음 회를 기다리게 만드는 절정감이 무엇인지를 체득하였고, 만화지면이 넓어지자 묘사와 이야기가 정교해지고 심화되었다.

강풀의 「순정만화」 중 제1화 엘리베이터

어린이들이 보는 오락거리로 치부되던 만화가 문학적 수준의 이야기로 변모되면서 자연스럽게 성인으로 성장한 독자를 포함하게 된다. 어른들도 만화를 읽는다는 사실은 만화의 외연적 성장을 위해 필연적인 일인데, 일본만화는 성인독자를 포함하며 성장의 토대를 마련했다. 실제로 일본에서는 성인만화가 만화시장의 절반이 상을 차지한다.

또한 만화잡지가 경쟁적으로 발행되면서 만화가뿐만 아니라 편집자 역시 살아남기 위해 총력을 다하게

된다. 일본 연재만화에는 평균 2~3명의 편집자가 붙어 자료를 취재하고 작가와 회의를 통해 만화의 최종방향을 같이 정한다. 초교를 보고 편집자가 꼼꼼하게 수정지시를 내리는 것은 물론, 만화 내용과 디테일한 표현까지도 간섭한다. 잡지의 경쟁이 치열하다보니 인기 없는 작품을 잘라버리는 것이 편집자의 권한이 되었고 잡지에 연재되지 않은 만화를 출판해 주는 경우란 없으니 만화가들 역시 편집자의 의견을 수용한다. 일본 만화 성장에서 편집자와 작가의 밀접한 관계는 중요한 역할로 작용했다.

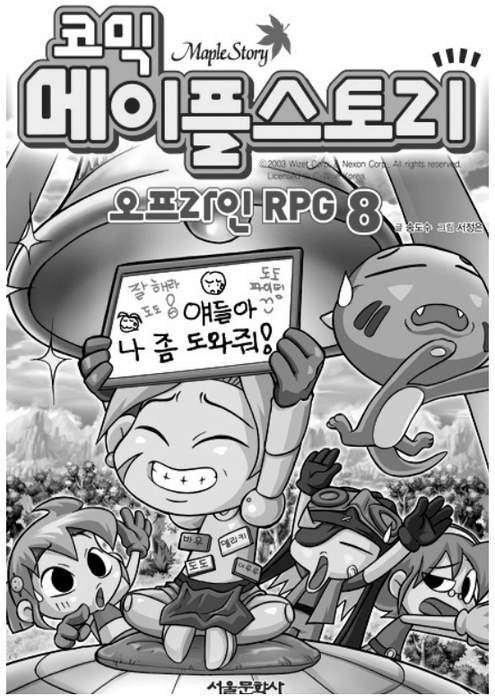
또 만화의 탄생이 역사적으로 예술과 결합된 유럽 만화와 달리 일본만화는 철저하게 대중오락이라는 관점이 지배적이다. 주제의식이 심각하고 그림의 회화적 성격을 중시하는 유럽만화와 달리 일본만화의 입장은 단호하다. 만화는 만화이며 대중오락일 뿐이다. 그래서 그림보다는 이야기구조와 캐릭터를 강조하고 스토리 전개에 중점을 두다보니 천천히 읽어야 하는 유럽만화와 달리 일본만화는 후다닥 읽어버릴 수 있다.

서점에서 오랜만에 만화책을 사들고 돌아오며 생각이 너무 많은가 싶긴 하지만 우리 만화가 일본만화의 그늘에서 벗어나 고유한 성장모델을 만들 수 있을지 의문이다. 사실 장르의 성장에는 어느 정도 기본 요건이 필요하다. 앞서 일본만화의 경우처럼 전문잡지 그리고 독자의 성장과 스타작가의 출현 등 사회적 기반이 요구된다. 이렇게 본다면 우리 만화의 미래는 아직 기본적인 요건조차 마련되지 않은 형편이다.

그럼에도 불구하고 만화를 주목하는 건 만화라는 미디어에 대한 기대, 그리고 지금 학습만화를 읽는 어린 독자의 성장과 인터넷만화 같은 실험 때문이다.

자유롭게 변신하는 만화의 호소력

19세기말부터 20세기 초에 등장한 영화나 만화 같은



「코믹 메이플 스토리」

미디어들은 특징이 있다. 이미지에 기반한다는 것 외에도 잡식성과 수용성은 역사적으로 존재했던 어떤 장르보다 월등하다. 지금까지 인간이 만들어 놓은 다양한 장르와 양식을 거침없이 수용한다. 그래서 장르와 장르 사이의 경계도 없는 듯 보이고 융합현상도 놀라울 정도다. 영화가 연극 · 사진 · 회화 · 문학의 전통을 고스란히 제 것으로 만드는 것처럼 만화 역시 이야기와 그림이라는 두 가지 언어를 가지고 저만의 표현양식을 만들어낸다. 지금까지 존재한 어떤 매체보다 만화라는 이야기 방식은 멀티미디어시대에 가장 적합한 커뮤니케이션 방식이다. 장르의 고급과 저급을 가리지 않고 자유롭게 몸체를 바꾸는 만화 자체의 호소력은 놀랍다. 이미 1970년대부터 일본만화는 출판사의 미디어믹스전략의 최전선에 나서서 자유롭게 애니메이션으로 영화로 드라마로 몸체를 바꿨다. 그리고 이런 변신은 만화에게 엄청난 부가가치를 안겨줬다.

만화 역시 이야기와 그림이라는 두 가지 언어를 가지고 저만의 표현양식을 만들어낸다. 지금까지 존재한 어떤 매체보다 만화라는 이야기 방식은 멀티미디어시대에 가장 적합한 커뮤니케이션 방식이다. 장르의 고급과 저급을 가리지 않고 자유롭게 몸체를 바꾸는 만화 자체의 호소력은 놀랍다.

학습만화의 호황이 바람직한가는 논의되어야 할 이야기지만, 학습만화가 점차 정보적 요소는 최소화하고 스토리만화처럼 변화는 모습이나 만화를 즐겨 읽는 어린 독자의 성장은 주목할 만하다. 특히 「메이플 스토리」 같은 만화는 그저 어린이 만화일 뿐이지 학습적 요소는 찾아볼 수 없다. 결국 어린이 만화에서도 가장 중요한 건 만화적 재미이며 소재의 선택과 연출이 문제가 아닐까 싶다. 문제는 지금의 초등학교 저학년들이 고학년이 되고 청소년이 되고 나면 정작 읽을 만화란 일본만화밖에 없다는 사실이다.

이런 점에서 강풀의 인터넷만화는 특이한 존재다. 강풀의 만화에서는 스콧 맥클루드가 「만화의 미래」에서 인터넷 환경을 두고 만화의 재발명이 필요한 시점이라고 지적한 말이 생각나듯, 만화의 근대성과 동일어인 칸 구성을 허물어버린 것이 먼저 눈에 들어온다. 인쇄술의 발명으로 도입된 페이지나 칸의 제한을 넘어 마치 고대만화처럼 시간의 이동이 공간의 이동을 통해 표현된다. 만화를 연재하기 전에 미리 구성한다는 철저하게 짜여진 스토리 전개나 사람과 사람 사이의 관계에 대한 집착 등은 그가 만화가의 문하생으로서 만화수업을 받지 않았기 때문에 보여줄 수 있는 장점이 아닌가 싶다. 게다가 강풀의 만화가 어린이 독자를 탈피하고 '추억'이라는 요소로 성인독자를 끌어들이고, 지금 청소년의 화법을 그대로 만화로 끌어들인 것도 눈여겨볼 만하다.

기형적 구조임에는 분명하지만 어쨌거나 어린이 독자는 학습만화를 사서 읽고 있다. 또 잡지를 통한 신인의 유입이 어려워졌지만 인터넷의 등장은 만화가가 되고 싶은 사람들이라면 누구나 자유롭게 작품을 발표하고 독자와 만날 수 있는 가능성을 열어 줬다. 「스노우캣」의 권윤주나 「파페포포 메모리즈」의 심승현이 그렇게 등장했고 강풀 역시 마찬가지다.

또한 연재를 통해 장편을 연재해야 하는 기성 작가가 인터넷 연재를 통해 장편 만화를 시도할 수 있는 환경이 마련되고 있다. 허영만의 「식객」이나 양영순의 「1001」이 모두 인터넷에 연재됐다. 여기에 만화책 역시 사서 보는 것이라는 인식과 어른도 만화를 읽는다는 풍토가 조성된다면 우리만화가 새로운 지형을 만들어 낼 수 있지 않을까. 이런 점에서 인터넷에 연재했던 강풀의 「순정만화」가 소장본으로 출간되어 10만 부 이상 판매된 것이나 최근 10권이 출간된 허영만의 「식객」이 50만 부 넘게 판매된 것은 고무적이다. 어쨌거나 시작은 서점에서 만화책을 사서 보는 일부터이다.