

## 만화 OSMU 초기모델로서의 〈발바리의 추억〉 강철수 〈발바리의 추억〉

임학순 \_ 가톨릭대학교 교수  
이승진 \_ 우송대학교 교수

- 
1. 서론
  2. 이론적 배경
  3. 〈발바리의 추억〉 OSMU 분석
    - (1) 서사구조 분석
    - (2) 캐릭터 분석
    - (3) 관습적 장치로서의 발바리 티셔츠
    - (4) 롱런 전략 분석
  4. 결론
-

## 1. 서론

2014년 영화개봉작 <타짜-신의 손>, 2013년 <은밀하게 위대하게>, <전설의 주먹>, <더파이버>, <미스터 고> 등은 만화를 원작으로 한 영화이다. 이중 HUN 작가의 <은밀하게 위대하게>는 약 700만 관객이 든 대성공 영화였다. 만화를 원천 콘텐츠로 한 것은 영화 이외에도 드라마, 뮤지컬, 연극, 게임 등 다수가 있다. 현재, 세계적으로 가장 선두에 선 대한민국의 웹툰은 포털을 중심으로 활발히 진행중이다. 연재가 되고 있는 대부분의 작품들은 2차 판권을 계약하였으며, 실제 2차 콘텐츠로 연계 되지 않더라도 계약은 대부분 이루어지고 있다. 만화가 원천콘텐츠로서 그 막강한 힘을 발휘하는 것은 비단 최근의 일만은 아니다. 1980년대의 이현세 작가의 <공포의 외인구단>, 박봉성 작가의 <지옥의 링>, 강철수 작가의 <발바리의 추억> 등이 있다. 이중에서도 특히, <발바리의 추억>은 20년이상 OSMU(One Source Multy Use)를 진행시킨 작품이다.

[표 1] 국내 만화원작 영화

방영년도	만화제목	작가	연계작품 제목	관객수
1986,1988	공포의 외인구단	이현세	공포의 외인구단	
1987	지옥의 링	박봉성	지옥의 링	
1989	발바리의 추억	강철수	발바리의 추억	
1995	카론의 새벽	이현세	테러리스트	
1997	비트	허영만	비트	
2000	비천무	김혜린	비천무	717,659명
2004	바람의 파이터	방학기	바람의 파이터	2,346,446명
2006	타짜	허영만	타짜	5,685,441명
	아파트(웹툰)	강풀	아파트	644,893명
	다세포소녀(웹툰)	B급 달궁	다세포소녀	561,804명
2007	식객	허영만	식객	2,963,196명
	두 사람이다	강경옥	두 사람이다	241,292명
2008	바보(웹툰)	강풀	바보	974,554명
	순정만화(웹툰)	강풀	순정만화	730,343명
	10,20, 그리고 30	강모림	뜨거운 것이 좋아	590,409명
2010	이끼(웹툰)	윤태호	이끼	3,353,897명
	구르믈 버서난 달처럼	박홍용	구르믈 버서난 달처럼	1,383,867명
	식객	허영만	식객 2 : 김치전쟁	471,103명
2011	그대를 사랑합니다(웹툰)	강풀	그대를 사랑합니다	1,645,505명
	프리스트	형민우	프리스트	93,336명
2012	이웃사람(웹툰)	강풀	이웃사람	2,434,269명
	26년(웹툰)	강풀	26년	2,940,475명
2013	은밀하게 위대하게(웹툰)	HUN	은밀하게 위대하게	6,959,083명
	전설의 주먹(웹툰)	이종규	전설의 주먹	1,744,585명
	더파이버(웹툰)	정연식	더파이버	731,212명
	제7구단	허영만	미스터 고	1,328,888명
2014	타짜	허영만	타짜-신의 손	

스포츠 신문에 연재되는 만화는 현존하는 우리 대중 만화가 중에서 소위 대가라고 얘기할 수 있는 만화가들 대부분의 작품을 포괄하고 있다. 스포츠 신문 만화의 원조인 고우영, 시대극화의 양 대가인 이두호와 방학기, 성애 만화의 트리오인 한희작, 김삼, 배금택, 무협극화의 이채학, 허영만과 이상무, 그리고 절대 빼 놓을 수 없는 강철수와 이현세 만화가 스포츠 신문을 장식하였다.<sup>1)</sup> 일반적으로 강철수 만화의 본령은 대본소용의 전작만화에서 보다는 신문이나 잡지의 연재만화에서 찾아볼 볼 수 있다. 주로 1980년대에 제작된 대본소용 만화는 그 수량이 그다지 많지 않을 뿐만 아니라 내용이나 그림에 있어서도 별다른 특징적인 면모를 보여주지 못하고 있기 때문이다. 사실 대본소로만 국한해서 본다면 강철수는 오히려 이류 내지는 삼류 만화가에 불과할 뿐이다.

그러나 연재만화로 올 경우 강철수의 위치는 완전히 달라진다. 그가 고우영과 함께 1970년대를 대표하는 만화가로서 성인 만화의 서곡을 올렸다는 점뿐 아니라, 최근까지도 스포츠 신문에서 그 위력을 보여 주었듯이 박수동이나 한희작이 등장하기 전까지 특히 애정 만화의 분야에서 그가 거의 독보적인 존재였다는 점은 그 누구도 부인할 수 없는 부분인 것이다. 바로 이렇게 연재만화에서 일정한 위치를 확보하고 있다는 것은 강철수 만화의 특징을 이해하는 데 매우 중요한 역할을 한다.<sup>2)</sup>

강철수 작가는 ‘동명이인의 강철수가 있더라’는 말이 나올 정도로 방송일을 많이 해왔다. 1979년부터 1992년까지 써온 극본 분량이 편수로 5,6백편, 원고지로는 3,4만장에 달한다. 강철수 작가는 본업은 만화가이지만, 기발한 아이디어로 독자들을 매료시키는 것과 더불어 인간미 넘치는 사람들의 세상을 추구한다. 강철수 작가는 그가 추구하는 세계를 그냥 그리다보면 잔소리가 될 수밖에 없어 여기에 다양한 ‘양념’을 섞어 ‘맛’을 낸다고 한다.<sup>3)</sup>

강철수 작가는 만화를 포함 다방면에 소질을 지녔으며, 이에 그의 만화작품에는 그의 재능이 녹아 원천 콘텐츠로서의 자질을 지녔다고 할 수 있다. 이와 같이 강철수 작가가 만화작가로서 뿐 아니라 방송 시나리오 작가, 영화감독, 브랜드만화가 등 다양한 역할을 수행할 수 있었던 것은 기본적으로 탄탄한 스토리텔링 역량이 뒷받침되었다고 볼 수 있다. 이런 측면에서 강철수 작가는 이미 1980년대부터 트랜스미디어 스토리텔러의 역할을 수행했다고 볼 수 있다

## 2. 이론적 배경

OSMU란 하나의 소재(One Surce)로 다양한 상품(Multi Use)을 개발하고 보급하는 것을 뜻한다.<sup>4)</sup> 하나의 기본 원천 콘텐츠를 매력적이며 경쟁력이 높은 상품으로 만들고, 이 상품을 다양한 매체와 비즈니스 방식별로 광범위하게 유통, 활용하여 콘텐츠 수익성을 확장시키고 있다. 부문 산업 간의 유기적인 연관성의 증대로 인하여 하나의 원천 소스로 여러 산업을 동시에 부흥시키는 원소스 멀티유즈는 그 성과가 몹시 확장적이라고 할 수 있다. 특히, 만화를 원작으로 한 영화나 드라마 OSMU의 성공은, 콘텐츠산업 간의 경계를 넘나들며 만화의 위상을 제고하는 좋은 기회가 되고 있으며 만화산업 발전의 중요한 토대로 작용하고 있다.

1) 정준영, <만화보기와 만화읽기>, 한나래, p.92.

2) 위의 책, p.100.

3) 『동아일보』, 1992.12.27.

4) 최연규, <문화콘텐츠란 무엇인가>, 살림, 2006. p.61.

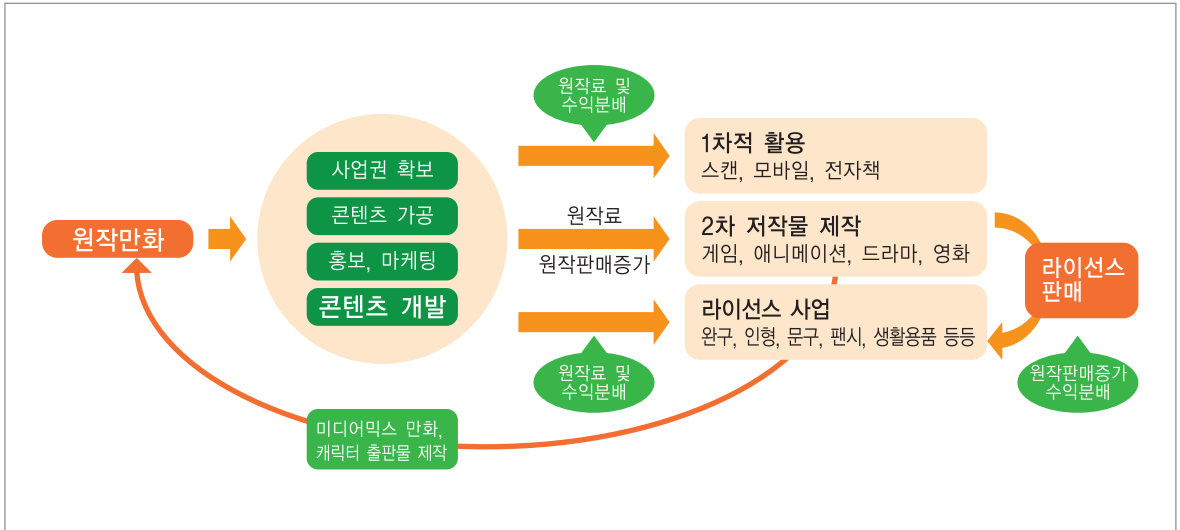
국내 콘텐츠 원작활용이 발생한 시기는 명확하지 않다. 다만, 오래전부터 다양한 방법으로 시도되어 왔다. <춘향전>은 1923년 하야카와 고슈(早川孤舟)감독에 의해 제작되고, 이후 1935년 최초 한국 유성영화로 기록된 작품이다. 이를 시작으로 활용된 콘텐츠는 20여 편에 이른다. 국내의 만화는 다양한 원작활용을 선보였는데 2012년 KBS에서 방영되었던 드라마 <각시탈>은 허영만 화백의 1974년도 작품 <각시탈>이 원작으로, 약 40년이 지난 작품이지만 원작의 작품성과 탄탄한 구성력을 통해 원작의 완성도에 따라 시대에 상관없이 제작 가능한 가능성을 보여주었다. 허영만 작가의 작품은 애니메이션 <날아라 슈퍼보드>, 영화 <타짜>, <식객>, 드라마 <아스팔트의 사나이>, <미스터Q>등 이미 많은 작품의 흥행기록을 세우며 만화가 가지고 있는 시나리오의 장르확장성을 검증하였다.

[ 표 2 ] 만화원작 드라마 성공사례

방영년도	만화제목	작가	연계작품 제목	시청률
2003	다모	방학기	다모	19%
2004	풀하우스	원수연	풀하우스	32.1%
2006	궁	박소희	궁	22.6%
2008	식객	허영만	식객	20.3%
	쩨의 전쟁	박인권	쩨의 전쟁	30.5%
2010	대물	박인권	대물	25.8%

가장 다양한 장르로 활용되었던 <아기공룡 둘리>는 1983년에 만화잡지 「보물섬」에 연재를 시작하여 1987년에 TV시리즈 애니메이션으로 제작 1995년 교육용 OVA로 제작되었다. 그 밖에도 캐릭터 라이선스 사업을 꾸준히 펼치고 있으며 1996년 극장용 장편애니메이션 <아기공룡 둘리-얼음별 대모험>을 제작하여 당시 35만 명이라는 관객동원을 기록했고, 1998년에 뮤지컬이 제작되면서 지금까지 이어 오고 있다. 2008년에는 TV 시리즈 애니메이션 <아기공룡 둘리2>가 제작, 방영되어 지금까지 꾸준히 주목을 받고 있다. 국내 원작활용 콘텐츠 사례는 대부분 소설과 만화에 집중되는 형태로 나타나고 있는데 이는 원천소스로서 출판과 만화 콘텐츠는 시나리오의 상상력에 제한이 없으며 적은 비용으로 시장검증의 기능을 갖추고 있기 때문이다. 특히 만화의 경우 다양한 장르와 수용자로 하여금 접근성이 용이하며 피드백이 빠른 장점이 있기 때문에 원천소스로서의 활용성이 더욱 높다.

한류의 위상이 일본을 시작으로 아시아, 유럽 및 남미까지 전해지고 있으며, 인터넷을 통한 한국 문화콘텐츠는 각국으로 끊임없이 전해지고 있다. 만화 특히, 웹툰을 통한 한류는 보다 파급속도가 빠를 것이며, 웹툰이 보여주는 한국의 문화적 요소가 문화적, 음악적, 미학적 장치를 통해서 보다 쉽고 빠르게 전달 될 수 있을 것이다. 국내는 소설과 출판 만화를 통한 원작활용이 활발하게 일어나고 있는 가운데 웹툰이 등장한 2000년 이후부터 웹툰을 원작으로 한 콘텐츠들이 등장하고 있다. 웹툰의 시작은 자신의 소소한 일상을 인터넷상에 만화로 연재하는 일상툰의 방식에서 시작하였으나, 현재는 다양한 장르와 참신한 소재들로 그 영역이 무한대로 확장되며 여러 곳에서 인정받기 시작하였다. 이를 통해 출판 만화를 비롯하여 영화, 드라마 또는 연극으로 연계 제작되고, 재 상영되면서 웹툰의 활용 가치를 보여주고 있다.

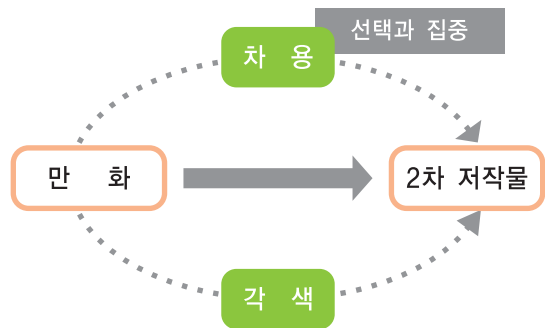


[그림 1] 만화산업의 원작활용 비즈니스 모델<sup>5)</sup>

위의 <그림>에서 알 수 있듯이, 만화는 예술에 기반한 생산, 유통, 소비가 이루어지는 경제구조로서 예술의 교환가치와 원작산업으로서 출판물(만화 단행본/만화잡지/일일 연재만화/그림동화 등) 뿐만 아니라 뉴미디어(웹툰, 디지털만화, 모바일 만화 등)에도 적용하면서 다양한 형식으로 진화하고 있다. 특히, 만화콘텐츠는 극장용, TV용 애니메이션, 영화, 드라마, 게임, 광고, 캐릭터 등 타 장르에 다각적으로 활용(One Source Multi Use)되어 파생 문화콘텐츠 상품으로 확대되고 있다. 또한 사회문화적 가치로서 만화는 기본적으로 그림(캐릭터+이미지)과 스토리(세계관+서사구조)로 구성된 가장 대중적인 영상매체이며, 미술(데생), 문학(서사), 연출(연극/영화), 편집(출판) 등 복합적인 종합예술로서 다양한 문화예술분야와 교류발전 가능성(synergy effect)이 크다.<sup>6)</sup>

만화에서 2차 저작물의 전환은 각색과 차용을 통해서 이루어지는데 만화의 스토리를 영화적 특성에 맞추어 각색하거나 만화원작에서 취하고 버릴 것을 선택하거나 집중하는 차용방식을 통해서 활용, 전환이 이루어진다.

만화는 영화뿐만 아니라 드라마, 시트콤 등으로 제작되는데, 이러한 경향은 역사적 사건부터 일상생활의 소소한 이야기까지 서사적으로 다룬 만화의 다양성이 이루어 낸 결과라 할 수 있다.



[그림 2] 만화원작 OSMU 활용 모델

5) 김원제 외, <스마트미디어 콘텐츠 인사이트>, 이담, 2011, p.190. 6) 김원제 외, 위의 책, 이담, 2011, pp. 189-190.

### 3. <발바리의 추억> OSMU 분석

강철수 작가의 <발바리의 추억>은 1988년부터 1991년 9월까지 스포츠신문에 연재되며, 젊은이의 방향, 여자에 대한 집념과 사랑, 부모와 애인 사이의 갈등을 보여주었다. 1991년 9월 <발바리의 추억>은 음란성 지적으로 중단되었다. 주인공 달호는 1980년대 젊은이를 대변하는 방랑자적 대학생을 보여주는 캐릭터로서 늘 손해보지만 시대적 상황과 희노애락을 대변해 공감을 샀다.<sup>7)</sup>

유교 사상의 오랜 전통으로 '여성다움'은 수동적이고 희생적이며, '남성다움'은 공격적이고 지배적인 성격으로 고착되었다. 남성은 열등감과 나약함을 감추기 위해 자신의 나약한 감정이나 모습을 은폐하기 위해 「초남성다움(hyper-masculinity)」을 드러내면서 문제를 일으키기도 한다. <발바리의 추억>의 김달호 역시 여성과의 관계에서 남성적이며, 용감하고 결단력이 있는 강인한 남성다움을 보여줌과 동시에, 때로는 '초남성다움'을 개그스럽게 보여주기도 한다. 하지만 달호는 거칠게만 보일 수 있는 남성적인 면만을 부각시키면서도 반대로 측은함을 보여주는 캐릭터이다. 달호의 남성성은 강인함과 측은함을 보여주는 양면성을 지닌다고 할 수 있다. 여기에서 보여지는 김달호의 남성성을 본 연구에서는 '발바리성'이라고 칭한다.

<발바리의 추억>은 만화 단행본으로 <발바리와 색깔있는 여자들>, <발바리의 눈물>, <발바리의 결혼 상담소>, <발바리의 각설이 연습>, <발바리의 추억 : 강철수 어른만화>로 계속하여 출간 될 만큼 인기를 얻은 작품이다. 만화 <발바리의 추억>은 1989년 12월 브로드웨이 개봉작으로 강철수 작가 자신이 직접 각본, 감독하여 코미디 영화를 제작하였다.<sup>8)</sup>

1989년 동승동대학로 극장에서 <발바리의 추억>(극단 백토)이 공연되었다. 120여명의 관객석은 꽉 찼으며, 입석관객수는 그 이상이었다.<sup>9)</sup> 또한, 컴퓨터만화제작업체인 월드픽처는 영상제작업체 나이세스 및 디지털임팩트와 함께 강철수 작가의 <발바리의 색깔있는 여자들>로 성인용 만화 CD롬을 제작<sup>10)</sup>하였다.



[그림 3] <발바리의 추억> 단행본 만화



[그림 4] <발바리의 추억> 영화



[그림 5] <발바리의 추억> 연극<sup>11)</sup>



[그림 6] <발바리의 추억> 연극<sup>12)</sup>

<발바리의 추억>은 앞에서 언급한 바와 같이, 출판만화 단행본, 단행본 시리즈 출간, 실사 영화제작, 연극, 성인용 만화 CD-ROM, 기업홍보물, 그리고 주인공 김달호 스트라이프 티셔츠까지 2차 산업으로의 확장을 이루었다.

7) 한겨레신문, 1999.5.7.

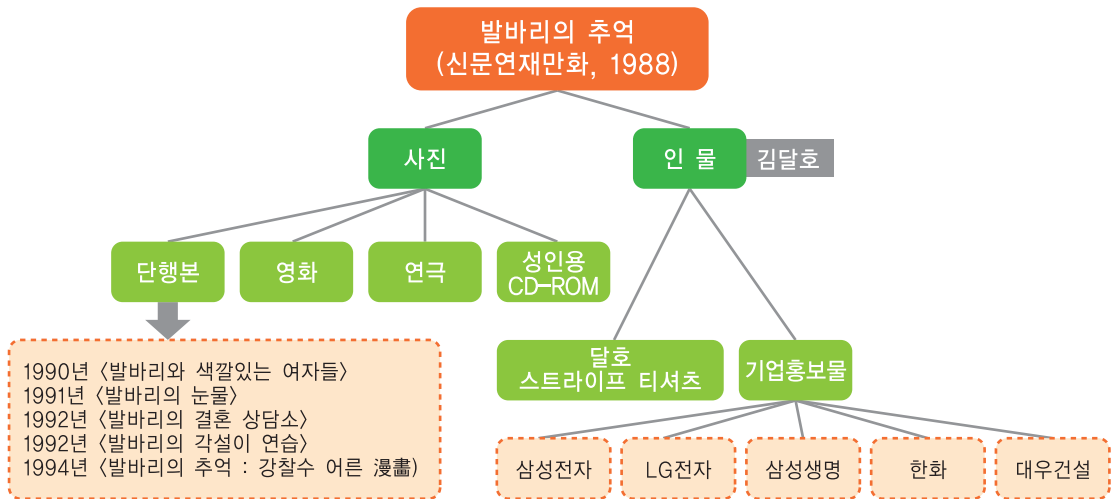
8) 「경향신문」, 1991.6.20.

9) 「한겨레신문」, 1989.2.18. p.7.

10) 「경향신문」, 1994.12.2.

11) 「매일경제신문」, 1989.2.13. p.12.

12) 「한겨레신문」, 1989.2.18. p.7.

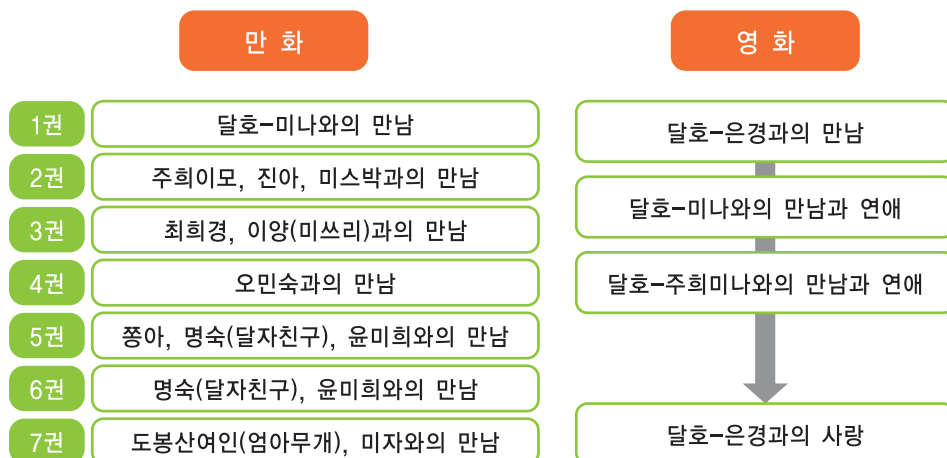


[그림 8] &lt;발바리의 추억&gt; OSMU

### (1) 서사구조 분석

인류가 그림을 통해 이야기와 상징을 전달하기 시작한 이후로 다양한 양식을 통해 서사가 이루어져 왔으며, 다시 쓰기의 작업도 계속 진행되어 왔다. 여기서 '다시 쓰기'란 동일한 모티프, 소재, 이야기(story)의 다른 양식으로서의 재생산을 의미한다.<sup>13)</sup>

만화 <발바리의 추억>이 영화 <발바리의 추억>으로 매체전환 되면서 두 작품은 모두 '젊은이의 사랑'이라는 동일한 소재를 가지고 이야기를 전개시켰다. 인물 김달호라는 시대의 발바리를 중심으로 그 주위의 여성인물들과의 일련의 사건들로 전개, 해결된다.



[그림 9] &lt;발바리의 추억&gt; 만화와 영화의 서사흐름

13) 이재원, 「소설과 영화의 매체 전이 양상에 대한 수사학적 연구」, 서강대 대학원 박사학위논문, 2007, p.1.

만화와 영화의 가장 두드러지는 차이점은 작품의 결말이라고 할 수 있다. 영화의 결말은 진실한 사랑이 은경과 이루어지지만, 만화의 마지막은 달호와 미자와의 연결을 암시하며 끝난다. 달호는 “좋아! 오늘 내가 응응응응 해 주지.”하며 미자에게 달려간다.(아래 <그림>참조)



[그림 10] <발바리의 추억> 결말

영화와 만화 모두 일상적인 연애이야기를 다루고 있지만, 만화에서는 좀더 많은 여성들이 등장하여 김달호의 ‘발바리성’을 극대화 시키고 있다. 영화 <발바리의 추억>은 김달호의 함축적인 모습을 보이며 좀더 발바리스럽지 못한 보편적 인간으로서의 모습을 보이고 있다.

이러한 이유는 두 가지로 생각해 볼 수 있다. 첫째, 본인과 작가와의 인터뷰에서 강철수 작가는 80-90년대에 이러한 소재를 들추어내는 것만으로도 몹시 혁명적인 시도였다고 하였다. 즉, 누구나 가지고 있으면서 들추어내기는 자신이 없었던 것을 과감히 시도한 것이었다. 하지만 검열 속에서 그리고, 80년대 말 대중문화 속에서의 한계는 무시할 수 없었던 것이다.



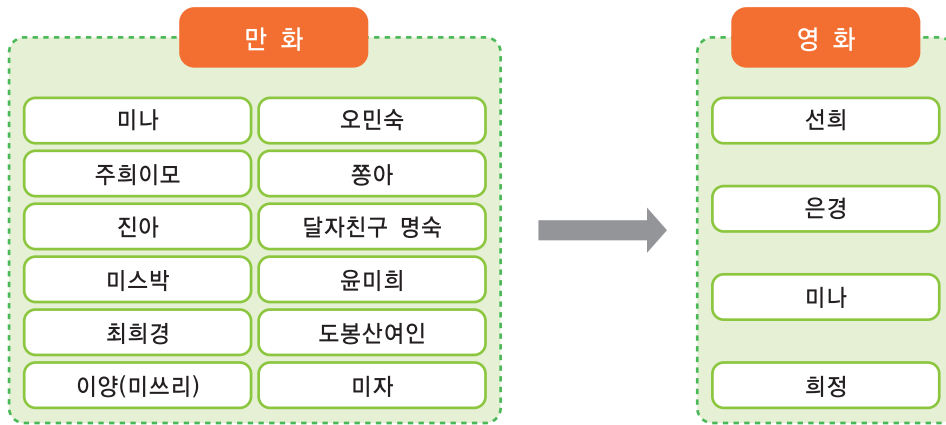
[그림 11] <발바리의 추억> - 달호의 발바리성

두 번째는, 작가의 차기작에 대한 욕심이 아닐까 싶다. 모든 에피소드를 영화 한편에 차용할 수 있었지만, 원작만화와 같은 인기를 예상하며 원작의 일부분만을 차용, 각색 한 것이라고 생각된다.

## (2) 캐릭터 분석

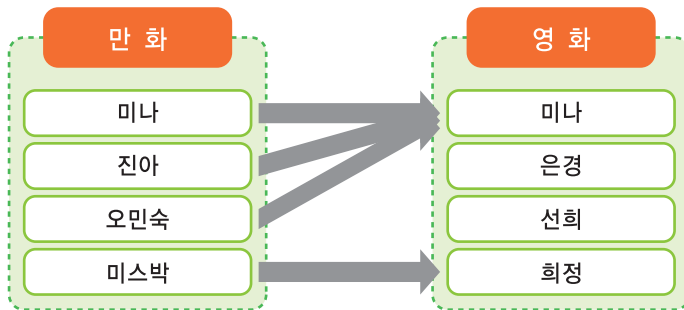
<발바리의 추억>은 내용에서 알 수 있듯이, ‘발바리성’을 보여주기 위해서, 김달호의 상대역으로 많은 여인이 등장한다. 만화에서의 달호 상대역은 미나, 주희이모, 진아, 미스박, 최희경, 이양, 오민숙, 쫘아, 달자친구 명숙, 윤미희, 도봉산 여인(엄 아무개), 미자가 등장한다. 달호와의 단기간 혹은 장기간의 사랑을 진행시키는 캐릭터로서 대부분 달호의 ‘발바리성’을 깨닫고 떠나는 여인들이라는 공통점을 지닌다.

<발바리의 추억> 영화에서는 강철수 작가가 감독을 했음에도 불구하고, 만화 캐릭터와의 차별성을 지닌다. 영화에서는 우선 여성 상대역이 상당수 등장하지 않는다. 선희, 은경, 미나, 희정만이 등장한다. 또한 달호와 은경은 마지막에 진실한 사랑을 깨닫게 된다는 만화와의 차별성을 보이고 있다.



[그림 12] <발바리의 추억> 만화와 영화의 서사흐름

<발바리의 추억> 영화에서는 만화 여성캐릭터를 조합, 함축시켜 영화 캐릭터로 재탄생하였다. 1권에 등장하는 달호의 여인인 미나는 미나, 2권의 진아 역시 미나, 2권의 미스박은 희정으로, 4권의 오민숙은 미나로 보여진다. 강철수 작가는 영화라는 대중적 매체, 즉 심의 통과라는 점과 2시간이라는 시간적 제약으로 인하여 캐릭터의 변형과 각색을 진행하였다고 했다.



[그림 13] <발바리의 추억> 만화와 영화의 서사흐름



[그림 14] <발바리의 추억> - 여성 캐릭터들

### (3) 관습적 장치로서의 발바리 티셔츠

관습적 장치는 이미 익숙한 요소들을 관습적으로 사용할 때 붙는 명칭으로 다시 말해 컨벤션이라 말한다. 박인하는 <장르 만화의 세계>에서 한 장르의 컨벤션은 수용자의 반복 체험을 통해 특정 의미 체계를 구성하고 수용자의 기대감을 만들어내며 장르의 재미를 이끌어 낸다고 했다.<sup>14)</sup> 조희권은 「만화 스토리텔링의 핵심 코드, 컨벤션의 이해」에서 컨벤션(Convention)이란, 본래 영화에서 쓰이던 개념으로 이미 익숙한 요소들을 관습적 사용할 때 붙는 명칭이며, 관객들에게 친숙한 느낌을 주거나 흥행을 위하여 일반적으로 통용되었다고 했으며, 컨벤션은 외형적인 부분뿐 아니라 등장인물의 성격과 이야기 구조에서도 드러난다고 언급하였다.<sup>15)</sup>



[그림 15] <발바리의 추억> - 발바리셔츠

만화에서 등장인물이 입고 있는 옷은 그들의 직업이나 신분, 계층을 구분하는 표지로 작용한다. 물론 이러한 구분은 비단 만화에서 뿐만 아니라 현실에서도 비슷하게 적용시킬 수 있다. 그러나 현실에서의 옷차림은 그것을 입은 사람의 특성과 반드시 일치하지는 않는다. 반면 만화 속 인물들의 옷차림은 다른 인물들과 구별 짓는 매우 중요한 특성이 된다. 옷차림이 하나의 코드를 이루는 것이다.<sup>16)</sup> 대표적인 사례로 미국의 슈퍼히어로 주인공들을 들 수 있다. 파랑 타이즈와 빨간망토의 수퍼맨, 검은 옷과 마스크의 배트맨, 거미줄 패턴의 스파이더맨 모두 우리가 기억하는 그들의 코드화 된 이미지이다.

<발바리의 추억>의 김달호 역시, 항상 입고 나오는 스트라이프 티셔츠가 그를 이미지화 할 수 있는 코드라 할 수 있다. 스트라이프의 일명 ‘발바리셔츠’는 90년대 상당한 인기를 얻어 유행<sup>17)</sup>한 것으로 조사되었다. 강철수 작가는 ‘발바리 셔츠’의 공식적인 판권을 가지고 판매했음에도 불구하고 너무나 많은 가짜 발바리셔츠가 등장하여 큰 이익을 얻을 수는 없었다고 하였다.

가로 스트라이프의 ‘발바리 셔츠’에 대해 조금 더 분석해 보도록 한다.

심영완은 「현대 패션디자인에 나타난 스트라이프 패턴의 조형미 연구」에서 스트라이프의 독특한 몇 가지 기능을 제시하였다. 첫째, 대상에 풍부함과 시각적 쾌감을 주고 둘째, 정서적인 성격을 제공하고 셋째, 질감에 의해 공간감의 효과로 스트라이프의 리듬감을 유발한다<sup>18)</sup>고 하였다. 또한, 스트라이프의 간격 또한 중요한 의미를 지닌다. 반복적 배열의 선과 선의 ‘쉽’과 같은 역할을 하는 간격은, 좁은 간격의 경우, 빠른 속도로 시선을 유도하여 강한 리듬감을 형성<sup>19)</sup>하며, 가로 수평선은 휴식과 같은 고요함이나 안정감을 느끼게 한다고 언급하였다.<sup>20)</sup> 더불어 ‘스트라이프 패턴 간격에 의한 조형이미지’를 제시하며, 스트라이프의 간격이 1:1 이하일 경우에는 빠른 리듬감, 신체움직임의 부각, 절제된 모던함, 공간의 착시를 이룰 수 있다고 하였다.<sup>21)</sup>

위의 내용에서 알 수 있듯이 ‘발바리 셔츠’는 스트라이프로 인하여, 김달호의 성격을 전달한다. ‘발바리성’을 느낄 수 있게 경쾌감과 리듬감을 나타내며, 때로는 가로 패턴으로 인한 휴식과 같은 고요함이나 안정감을 보여준다.

14) 조지훈, 「〈벤자민 버튼의 시간은 거꾸로 간다〉의 만화와 영화 매체전환 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2012, p.66

15) 조희권, 「만화 스토리텔링의 핵심 코드, 컨벤션의 이해」, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제9호, 2007, p. 311.

16) 조희권, 앞의 논문, pp. 316-317

17) 『동아일보』 1996. 1. 14.

18) 김혜수, 「스트라이프(Strife)에 내재된 리듬특성과 복식디자인을 위한 자원화 방법 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문, 2003, p.55.

19) 심영완, 「현대 패션디자인에 나타난 스트라이프 패턴의 조형미 연구, 홍익대학교 대학원 박사학위논문, 2014, p.62.

20) 심영완, 앞의 논문, p.94.

21) 심영완, 앞의 논문, p. 88.

(4) 통련 전략 분석



[그림 16] 삼성전자 <고객과 나, 그 환상의 커플> 시리즈

강철수 작가는 <발바리의 추억>의 캐릭터를 차용하여 20년 동안 지속적인 결과물을 이루었다. 대한민국의 전자회사의 중심으로 자리 잡고 있는 삼성과 LG를 비롯하여 삼성생명, 한화, 대우건설 등의 홍보물을 제작하였다.

삼성전자의 ‘고객과 나, 그 환상의 커플’ 시리즈 홍보물을 제작하여, 삼성전자 제품의 특징을 달호를 통해 전달하고 있다. LG 전자에서는 ‘LG전자 디지털 서비스’를 ‘아빠 딱 한번에 돼요’라는 홍보물을 제작하여 이해하기 쉽게 디지털 서비스를 설명하고 있다. 삼성생명에서는 직장내 성희롱 만화책서인 <위험한 접촉>을 비롯해 보험상품에 관한 홍보물과 보험설계사 교육용 홍보책자까지 다양하게 제작되었다. 한화에서는 골프장 건설에 대한 홍보를 위해 ‘발바리의 환경친화 골프장연구’와 한화 오크펠리스 홍보를 위한 ‘발바리 동대문에 가다’라는 작품을 제작하였다. 뿐만 아니라, 대우건설에서는 성북 길음지구 대우 그랜드월드 홍보를 위해 ‘발바리의 선택’을, 안산 고잔아파트 홍보를 위해 <발바리의 빛나는 선택>을 제작하였다.



[그림 17] <발바리의 추억> OSMU 홍보물

80년대의 발바리 김달호가 20년 이상 상업적으로 통련할 수 있었던 것은 무엇보다 강력한 남성적 캐릭터성을 지니고 있기 때문이다. 위에서 살펴 본 홍보물들의 내용 역시 김달호의 발바리성을 보여주며 이야기를 진행시키고 있다. 인간 본연의 내재된 방향과 욕망을 드러내어 가끔은 통쾌하고, 가끔은 측은하게 이끌어가고 있다.

## 4. 결론

만화를 원천소스로 타산업으로 연계한 1980년대 초기작품으로, 이현세 작가의 <공포의 외인구단>, 박봉성 작가의 <지옥의 링>, 강철수 작가의 <발바리의 추억>등이 있다. 이중에서도 특히, <발바리의 추억>은 20년 이상 OSMU(One Source Multy Use)를 진행시킨 작품이다. 강철수 작가의 <발바리의 추억>은 1988년부터 1991년 9월까지 스포츠신문에 연재되며, 젊은이의 방황, 여자에 대한 집념과 사랑, 부모와 애인 사이의 갈등을 보여주었다. 주인공 김달호는 야수적 남성성과 동시에 측은함을 지닌 양면적 '발바리성'을 지니는 것이 특징이다.

<발바리의 추억>은 신문연재만화를 출발로하여, 출판만화 단행본, 단행본 시리즈 출간, 실사 영화제작, 연극, 성인용 만화 CD-ROM, 기업홍보물, 그리고 주인공 김달호 스트라이프 티셔츠까지 2차 산업으로의 확장을 이루었다. 20년 이상의 원천콘텐츠로서의 가치를 지니는 것은 본 작품이 가지는 가장 강력한 '발바리성'이라는 캐릭터 때문이라고 생각한다. 즉, 원작의 기획력과 작품 스토리텔링 뿐만 아닌, 캐릭터 스토리텔링은 작품을 오랫동안 기억하고 찾게 만드는 가장 강력한 원천인 것이다. 다른 한편으로는 '발바리성'은 성과 사랑이라는 인간의 보편적 정서구조와 연관되면서 억압의 시대 뿐 아니라 개방의 시대에도 커뮤니케이션의 소통 소재로 활용될 수 있는 측면이 있었다고 볼 수 있다.

현재, 연재되고 있는 상당수의 웹툰이 2차 저작물로 제작되거나 계약이 이루어진 상태이다. 만화가 원천소스로서 상당한 인정을 받고 있는 시기임은 분명하다. 앞으로도 이러한 추세는 증가할 것이라 생각된다. 강철수 작가의 <발바리의 추억>과 같은 초기작품에 대한 연구분석을 통하여 앞으로의 원천 콘텐츠로서의 만화의 역할과 위상을 더욱 발전시킬 수 있는 계기를 마련해야 할 것이다.