

OSMU의 진화 경로: 한국과 중국의 웹소설과 웹툰을 중심으로

왕이소¹, 신형덕^{2*}

¹홍익대학교 대학원 문화예술경영학과 석사, ²홍익대학교 경영대학 교수

Evolution Path of OSMU: Web-novel and Webtoon

Yiyao Wang¹, Hyung-Deok Shin^{2*}

¹Department of Arts and Cultural Management, Graduate School, Hongik University

²College of Business Administration, Hongik University

요약 본 연구는 직접 경험하지 않고는 그 가치를 예측하기 힘든 경험재의 속성을 갖고 있는 문화 콘텐츠의 활용 방식을 보여주는 OSMU(One Source Multi Use)가 원작의 장르에 따라 상이하게 전개되는 현상에 대해 살펴보기 위해 진행되었다. 이에 본 연구에는 원작의 형태를 웹소설과 웹툰으로 구분하여 각 경우에 있어서의 OSMU의 진화 경로에 대해 조사하고, 또한 이러한 경로를 한국과 중국 사례를 비교하여 어떠한 차이가 있는가에 대해 고찰했다. 이를 위해 한국과 중국에서 1999-2012년에 발표된 웹소설 및 웹툰 형태의 콘텐츠를 각각 4개씩 선정하여 원작의 형태에 따라 OSMU 진행 방식이 스토리 활용방식과 캐릭터 활용방식에 있어서 어떤 차이를 보이는지 분석했다. 그 결과 웹소설이 원작인 경우 웹툰에 비해 제한 없이 다른 형태의 콘텐츠로 활용이 되었던 것을 발견할 수 있었는데, 이 결과는 이미지를 동반하지 않는 소설에서 발생할 수 있는 상상력이 다른 형태의 콘텐츠로 활용되는 것에 더 용이하기 때문인 것으로 추측할 수 있다. 또한 스토리와 캐릭터 활용방식에 있어서도 한국에서는 두 방식이 순차적으로 진행되었던 반면에 중국에서는 동시대에 병행되었다는 차이가 존재한다는 것을 발견했다.

Abstract The purpose of this study is to see if cultural contents that are characterized by experience goods have different types of One Source Multi Use (OSMU) phenomena. This study classified original works into web-novels and webtoons, and studied how OSMU evolution paths can be different between the two types of originals. In addition, this study compared Korean and Chinese examples. Using eight original works created between 1999 and 2012, which were later used for OSMU, this study investigated how web-novels and webtoons took different OSMU evolution paths in Korea and China. As a result, this study found that web-novels are more actively used in different formats than webtoons, probably because web-novels can more easily stimulate people's imaginations. In addition, Korea was found to use story-centered OSMU before character-centered OSMU, whereas China showed both types of OSMU simultaneously.

Keywords : OSMU, Types of Original, Web-novel, Webtoon, Evolution Path

1. 서론

OSMU(One Source Multi Use)는 하나의 원작을 기반으로 여러 형태의 콘텐츠가 창작되는 현상으로서 최근

이를 활용하는 사례가 점차 증가하고 있다[1-2]. 그 이유는 직접 경험하지 않고는 그 가치를 예측하기 힘든 경험재의 속성을 갖고 있는 문화 콘텐츠의 속성상 어떤 콘텐츠가 성공했을 때에 동일한 원작을 이용한 또 다른 콘텐

본 논문은 2020학년도 홍익대학교 학술연구진흥비에 의하여 지원되었음.

*Corresponding Author : Hyung-Deok Shin(Hongik Univ.)

email: shinhd@hongik.ac.kr

Received September 22, 2020

Revised November 30, 2020

Accepted February 5, 2021

Published February 28, 2021

츠가 잠재적 소비자에게 긍정적인 시그널을 전달할 수 있기 때문이다[3-4]. 소비자가 소비 대상의 가치에 대해 높은 수준의 불확실성을 인지할 때에 그러한 불확실성을 감소시킬 수 있는 정보는 소비를 유도하는 시그널로 작용한다. 이런 의미에서 OSMU는 문화 콘텐츠의 소비를 높이는 전략으로 사용될 수 있으며, 또한 OSMU는 일정 수준의 대중성을 확보한 가운데 창의성을 극대화할 수 있는 수단으로 활용될 수 있다.

그런데 인터넷 기술의 발달과 디지털화를 통해 짧은 수명주기를 가진 다양한 콘텐츠가 지속적으로 등장함에 따라 이제는 빠른 기간에도 원작의 잠재적 가치를 평가 받을 수 있게 된 것이다. 예를 들어 원작의 평가가 신속하게 이루어질 수 있는 웹소설과 웹툰이 원작의 형태로 부상하고 있다. 또한 웹소설과 웹툰이 가진 상이한 속성, 즉 서사 전달을 기본으로 하는 웹소설과 시각적 이미지 전달을 기본으로 하는 웹툰의 차이점은 OSMU의 진화 경로가 상이하게 전개될 수 있는 가능성을 제시하고 있다.

본 연구는 이에 착안하여 원작의 장르 또는 국가적 환경에 따라 OSMU가 상이한 경로로 진화되는 현상을 발견하는 것을 목적으로 진행되었다. 본 연구에서 이용한 사례는 한국의 콘텐츠 중 웹소설인 <엽기적인 그녀>와 <늑대의 유혹>, 웹툰인 <신과 함께>와 <그대를 사랑합니다>, 그리고 중국의 콘텐츠 중 웹소설인 <삼생삼세 십리도화(三生三世 十里桃花)>와 <귀취등>(鬼吹灯), 웹툰인 <꺼져버려 종양군(滚蛋吧肿瘤君)>과 <십만 개의 냉소적 유머>(十万个冷笑话)이다. 이들 사례를 활용한 OSMU가 스토리 활용방식과 캐릭터 활용방식에 있어서 어떤 차이를 보이는가에 대해 조사함으로써 OSMU 진화 경로 연구에 공헌하고자 한다.

본 연구는 먼저 원작으로서의 웹소설과 웹툰의 차이에 대해 살펴보고 본 연구에서 OSMU 진화 경로의 구분 기준으로 설정한 스토리 활용방식과 캐릭터 활용방식에 대해 설명한다. 한국과 중국의 8개 OSMU 활용 사례를 비교 분석한 다음 본 연구의 시사점과 한계점을 정리한다.

2. 이론적 배경

2.1 원작으로서의 웹소설과 웹툰

인터넷 활용이 다양해지면서 온라인 기반의 창작 활동이 활발해졌다[5-6]. 온라인에서 발표되는 소설과 만화는 매우 저렴한 비용으로 발표되고 많은 독자를 대상으

로 할 뿐 아니라 수익 실현이 즉각적이라는 매력적인 특성을 갖기 때문에 많은 소설 및 만화 작가들이 참여하여 치열하게 경쟁하는 시장이 형성된다. 인터넷 산업의 발달로 인해 OSMU의 원작은 점차 온라인 기반의 웹소설과 웹툰으로 이동하고 있는 현상을 볼 수 있다.

그런데 웹소설과 웹툰은 전통적인 소설과 만화와 마찬가지로 문자와 이미지라는 상이한 매개에 기반한 콘텐츠이다. 즉 웹소설은 서사구조를 통해 독자에게 스토리를 전달하고, 웹툰은 형상을 가진 캐릭터의 이미지를 통해 스토리를 전달한다[7-8]. 그 결과 웹소설을 읽는 독자는 주인공의 얼굴이나 소설의 장면에 대해 자의적인 상상력을 통해 이미지를 생성하는 반면, 웹툰을 읽는 독자는 작가가 표현하는 이미지를 그대로 받아들여지게 된다.

웹소설과 웹툰이 갖는 이러한 상이점은 OSMU의 양상에 있어서 적어도 두 가지의 차이점을 가져올 수 있다. 첫째, 스토리 활용의 차원에서는 웹툰보다 웹소설에서 더 광범위한 유용성을 발견할 수 있다. 그 이유는 웹소설이 더 폭넓은 상상력을 허용한다는 것에 있다. 예를 들어 소설로 발표된 작품이 작가의 상상력을 더하여 만화로 제작되기는 쉽지만, 이미 만화로 발표된 작품을 소설로 재창작하는 것은 자연스럽지 않을 수 있다. 소설을 읽는 독자의 마음속에는 이미 만화에서 제시된 이미지가 고정되어 있기 때문에 소설이 가지고 있는 상상력이라는 중요한 재미가 반감되기 때문이다. 둘째, 캐릭터 활용 측면에서는 웹소설보다 웹툰에서 더 직접적인 캐릭터의 재연이 용이하다. 예를 들어 웹툰을 영화나 드라마로 OSMU하는 경우 웹툰 속에서의 용모와 비슷한 연기자를 기용할 때 시청자는 웹소설에서보다 더 직접적으로 캐릭터의 재연을 느낄 수 있고, 웹툰의 캐릭터를 게임에 채용할 때에는 동일한 재연 수준을 이룰 수 있다. 즉 시각적 정보를 담고 있는 웹툰은 특정 콘텐츠 내에서의 재연이 훨씬 쉽고 따라서 OSMU의 긍정적인 효과도 더 클 수 있다. 이러한 두 가지 형태의 차이점, 즉 스토리 활용의 용이성과 캐릭터 활용의 용이성의 차이는 웹소설과 웹툰이 OSMU로 장기적으로 활용되는 과정에 있어서 상이한 경로를 걸을 수 있다는 가능성을 내포한다.

2.2 한국과 중국의 웹소설과 웹툰의 발전

국가별로 문화가 상이하고 인터넷 기술 발전 단계 또는 속도가 상이하기 때문에 이러한 조건을 반영하는 OSMU의 양상도 국가별로 상이하게 나타날 수 있다. 먼저 한국은 1990년대 초부터 시작된 인터넷 사용이 중국보다 먼저 보편화했기 때문에 이미 많은 웹소설이 인터

넷을 통해 탄생하였다[9]. 1993년에 이우혁이 하이텔에 연재했던 <퇴마록>은 큰 성공을 거두며 2000년대 초반에 다음 카페에 귀여니, 백요 등의 작가로 이어졌다. 2000년과 2002년에는 '조아라', '문피아' 등 소설 연재를 위한 커뮤니티들이 등장하여 웹소설 대중화의 길을 열었다[10].

중국에 인터넷이 전파된 이후 한국보다 빠른 속도로 성장하여 더 큰 시장을 형성하고 있다[11]. 중국의 웹소설은 1990년대 후반부터 성장했고, 2004년에 백화림의 잡지 <신무협>이 창간되며 무협소설 중심으로 발달했다[12]. 중국은 전통적으로 무협 장르의 소설이 인기를 끌었는데 웹소설에서도 그러한 흐름을 이어받는 경향이 있다[13].

웹툰 역시 한국에서 먼저 발달하였는데, 2000년에 PC 통신사인 천리안에서 만화 채널을 운영한 이후 2003년 포털사인 다음이 처음으로 웹툰 작가들이 작품을 올려서 일반인이 볼 수 있는 공간을 마련했다[14]. 그 이후 2005년에 웹툰 서비스를 시작한 네이버가 한국의 웹툰 시장을 주도하고 있으며, 2017년에는 한국 만화시장의 89%를 점유하여 인쇄 만화시장을 압도하고 있다[5-6].

중국에서는 2010년까지 온라인에서의 만화 구독이 인기를 끌지 못하고 있었는데 중국 정부가 애니메이션 산업을 지원하면서부터 급격하게 성장하기 시작했다[15]. 예를 들어 2011년부터 텐센트에 연재되었던 웹툰 <시형>은 높은 인기를 끌었는데 여기에는 개선된 모바일 이용 환경도 큰 역할을 했다. 온라인 만화는 중국 애니메이션 시장 규모 중 50%를 상회하고 있다[16].

2.3 웹소설과 웹툰 원작의 OSMU

OSMU는 하나의 원작 콘텐츠를 활용하여 다양한 콘텐츠를 창출함으로써 부가가치를 만들어내는 것을 의미한다[17-18]. OSMU 활용 방식 중 가장 기본적인 것은 온라인 형식을 오프라인 형식으로 전환하는 것을 들 수 있다. 즉 웹소설을 인쇄 소설로, 웹툰을 인쇄 만화로 출판하는 것이다. 사실 이러한 형식의 전환은 진정한 OSMU라고 보기 힘들 수 있으며 단지 판권을 이용하여 수익을 실현하는 고전적인 모델로 볼 수 있다. 전통적으로 일간 신문에 게재했던 연재소설이나 연재만화를 단행본으로 발간했던 사례를 볼 수 있다.

그 다음으로는 원작의 스토리를 활용하여 새로운 장르의 콘텐츠를 창출하는 것을 들 수 있다. 예를 들어 웹소설이나 웹툰을 원작으로 하는 드라마, 영화, 연극, 뮤지컬 등을 제작하는 것이다. 그런데 여기에서 웹툰은 약간 다

른 양상을 가질 수 있는데, 웹툰은 스토리를 전달할 뿐만 아니라 이미 시각화된 캐릭터가 존재하기 때문에 드라마나 영화 등으로 새롭게 제작되는 경우 기존의 시각적 이미지와 직접 비교되기 때문이다. 즉 웹소설 기반 스토리 활용방식의 OSMU에서는 스토리 측면에서만 원작과 비교되지만 웹툰 기반 스토리 활용방식의 OSMU에서는 스토리 측면과 더불어 시각적 측면도 필연적으로 비교되는 제한점이 발생한다.

또한 원작의 캐릭터를 활용하여 새로운 장르의 콘텐츠를 창출하는 것도 고려될 수 있다. 이 방식에서는 원작의 스토리에 제한되지 않고 단순한 이미지 이용만으로 수익 모델을 창출하게 된다. 예를 들어 웹소설이나 웹툰에 등장하는 캐릭터를 활용한 굿즈나 게임을 판매하는 것이다. 그러나 웹소설의 경우 캐릭터를 활용하는 OSMU는 그 속성상 매우 제한될 수 밖에 없다. 시각적 이미지를 제공하지 않은 원작의 캐릭터를 다른 장르에서 시각적 이미지로 활용하는 것은 매우 부자연스럽기 때문이다. 이러한 경우 웹소설의 캐릭터가 일단 애니메이션 등으로 시각화된 다음에 그 이미지를 다시 OSMU하는 방식이 존재할 수 있다.

요약하면, 스토리 활용방식에 기반할 때에 웹소설의 경우에는 비교적 제한 없이 OSMU가 가능하지만 웹툰의 경우에는 기존 이미지가 제한요인으로 작용할 수 있다. 또한 캐릭터 활용방식에 기반할 때에 웹소설의 경우에는 캐릭터의 이미지화 과정을 거쳐야 하는 제한요인이 존재하지만 웹툰의 경우 이러한 제한요인 없이 바로 OSMU가 가능하다고 할 수 있다. 본 연구는 이러한 현상이 한국과 중국에서 발생하는가에 대해 8개의 사례를 통해 살펴보기로 한다.

3. OSMU 활용 사례

3.1 한국 사례

3.1.1 <엽기적인 그녀>

<엽기적인 그녀>는 1999년 8월부터 연재된 웹소설로서 2000년 1월에 책으로 출간되었고 2001년부터 만화로 다시 출간되었다. 2001년에는 박재용 감독 연출, 차태현과 전지현 주연으로 영화로 개봉되었다. 이 영화는 저예산으로 제작되었지만 개봉 6일만에 관객 100만 명을 돌파하고 6주 연속 한국 박스오피스 1위를 차지했다. 중국에서는 <나의 야만적인 여자친구>(我的野蛮女友)라는 제목으로 수입 개봉되었다. 2008년에는 일본 TBS 방

송사에서 리메이크 드라마를 제작하여 방송했는데 인기 그룹 SMAP의 멤버 쿠사나기 츠요시과 여배우 다나카 레나가 주연을 맡았다. 미국의 드림웍스사는 이 영화의 판권을 구입하여 2008년에 <My Sassy Girl>을 제작했다. 2014년에는 대학로에서 연극으로 제작되었는데 인터파크 평점 9.4점의 높은 평가를 기록하였다.

3.1.2 <늑대의 유혹>

귀여니 작가의 웹소설 <늑대의 유혹>은 어떤 소녀가 서울에서 겪는 각종 경험에 대한 이야기이다. 2002년에 온라인에서 연재되어 큰 인기를 얻었고 2003년에 단행본, 2004년에 만화로 출판되었다. 김태균 감독과 강동원, 조한선, 이청아 주연으로 2004년에 영화로 개봉되었는데 총 관객수 218만 명으로 흥행에 성공했다. 그 결과 강동원은 2004년 대한민국 영화대상 신인남우상을 수상했고 이청아는 2005년 대중상 영화제 신인여우상을 수상했으며 2005년 황금촬영상 시상식에서는 나란히 신인남우상과 신인여우상을 수상했다. 영화가 개봉한 해에 온라인게임사인 프리스톤테일은 화이트데이 이벤트로 <늑대의 유혹> 이벤트를 진행하기도 했다. 2011년에는 PMC 프로덕션의 송승환 대표가 뮤지컬로 제작했다.

3.1.3 <신과 함께>

<신과 함께>는 2010년부터 연재된 웹툰으로서 누적 조회수 1억 건을 넘긴 콘텐츠이다. 일본에서는 2011년에 리메이크되어 미와 요시유키가 작업한 웹툰이 일본 LINE에서 연재되었고 중국어판은 중국 라인 웹툰(咚漫漫画)에서 연재되었다. 웹툰의 성공에 따라 만화 속의 캐릭터가 활용되어 2011년 7월에 동승아트센터 꼭두박살관에서 '저승, 또 다른 세계로의 여행' 전시회가, 그리고 2014년 11월에 한국만화박물관에서 '만화, 신과 만나라' 전시회가 열렸다.

이러한 인기는 영화화로 이어졌는데 2부작 영화를 동시에 제작하여 그 1부를 2017년에 <신과 함께: 죄와 벌>, 2부를 2018년에 <신과 함께: 인과 연>의 제목으로 개봉했다. 이들 영화는 모두 천만 관객을 동원하여 만화 원작 영화의 기록을 세웠다. 카카오톡 유료 이모티콘과 굿즈도 제작되어 판매되었다.

3.1.4 <그대를 사랑합니다>

<그대를 사랑합니다>는 강풀 작가가 70대 후반 노인의 이야기를 그린 웹툰으로서 2007년 4월부터 연재되었다. 같은 해 11월에 만화책으로도 출간되었고 2008년에

연극으로 제작되어 10만 명의 관객을 동원했다. 2011년에는 영화로 제작되어 6주 동안 박스 오피스 4위를 유지했으며 165만 관객을 달성했다. 2012년에 이순재, 정영숙 주연의 드라마로, 2014년에 라디오드라마로 제작, 방송되었다.

3.2 중국 사례

3.2.1 <삼생삼세 십리도화(三生三世 十里桃花)>

<삼생삼세 십리도화>는 2008년에 웹소설로 등장하여 2009년에 소설책으로 출판되었다. 2015년에는 만화로 출판되었고 2017년에는 드라마가 제작되어 방송되었다. 같은 해 8월에는 영화로도 제작되어 상영되었다. 2017년에는 소설과 영화 속의 인물, 장면, 특수 효과 등이 재현된 웹 게임이 출시되었고, 같은 해에 연극으로도 제작되어 상하이, 베이징, 톈진, 칭다오 등에서 공연되었다. 이러한 콘텐츠들이 큰 성공을 기록하면서 캐릭터를 활용한 상품 제작으로 이어졌다.

3.2.2 <귀취등(鬼吹灯)>

2006년부터 연재된 <귀취등>은 총 8부작의 웹소설이다. <귀취등>은 도굴과 보물 찾기가 주된 줄거리인 지극히 고전적인 미스터리 판타지 웹소설로서 선풍적인 인기를 얻었으며 2006년에 책으로 출간되어 바로 도서 판매 순위 1위에 올랐다. 2007년 6월에는 만화로도 출간되었다. 2009년에는 이를 각색한 온라인 게임이 출시되었고 2014년에는 연극으로 제작되었다.

2015년 09월 30일에는 <귀취등>을 각색한 영화 <구층요탑(九层妖塔)>이 개봉되었는데 이 영화는 2015년 11월 3일에 중미영화제 '골드천사상'을 수상하였다. 이어서 2016년에는 드라마로 제작되었다.

3.2.3 <꺼져버려 종양군(滚蛋吧肿瘤君)>

<꺼져버려 종양군>은 작가 본인의 암 투병기를 주제로 2012년부터 연재되어 조회수 3,000만을 넘긴 성공적인 웹툰이다. 같은 해에 베이징 이공대학교 출판사에서 만화책으로 출간했다. 2015년에 한국의 다음 웹툰에 연재되기 시작했을 때에 작가 승둔이 세상을 떠났다. 2015년에 원작을 각색한 동명 연극이 베이징에서 제작되었는데 여기에서는 승둔의 실제 생활과 승둔이 세상을 떠나는 장면까지 담았다. 또한 같은 해에 영화화되어 중국에서 개봉되었는데 주간 박스오피스에서 1위를 차지했고 2015년 중국 영화 9위에 올랐으며 제 88회 아카데미상

에서는 최고 외국어영화상 후보에 올랐다. 한국에서는 <꺼져버려 종양군>을 국내 드라마로 리메이크하기 위해 준비중이다.

3.2.4 <십만 개의 냉소적 유머(十万个冷笑话)>

<십만 개의 냉소적 유머>는 작가 한무가 2010년에 연재했던 웹툰이다. 2012년과 2013년에는 두 개의 시즌으로 나뉘어서 애니메이션으로 방송되었다. 또한 중국 최초로 웹애니메이션 연극으로 제작되어 2014년 9월에 상하이에서 공연을 시작했다. 2014년 12월에는 영화로 제작되어 개봉되었고 2017년 8월에는 <십만 개의 냉소적 유머 2>가 개봉되었다.

3.3 비교

원작의 형태가 OSMU의 진화 경로에 어떤 영향을 주었는가에 대해 살펴보기 위해 한국에서의 4개 사례와 중국에서의 4개 사례를 각각 웹소설 2개와 웹툰 2개로 선정하여 분석하였다. <표 1>과 <표 2>는 그 비교를 요약하였다. 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 웹툰과 웹소설의 상호 이용에 대해 자료에서 4개 웹소설이 모두 만화로 활용되었던 반면에 4개 웹툰 중 1개(신과 함께)만 웹소설로 활용되었다. 이는 시각적 요소가 적은 웹소설이 풍부한 상상력을 기반으로 OSMU되었기 때문으로 추측된다. 이에 반대되는 사례로서 한국의 웹툰(신과 함께, 그대를 사랑합니다)이 모두 라디오 드라마로 활용되어 나타나서 웹소설보다 더 다양한 스토리 활용방식을 보인 것을 발견할 수 있었는데 라디오 드라마는 시각적 요소가 없기 때문에 웹툰이 가질 수 있는 기존 이미지 제한요인이 작용하지 않았다고 볼 수 있다.

둘째, 캐릭터 활용방식에 있어서 웹소설에 비해 웹툰은 더 다양하게 활용되었다. 이는 웹소설의 경우에는 캐릭터의 이미지화 과정을 거쳐야 하는 제한요인이 존재하지만 웹툰의 경우 이러한 제한요인 없이 바로 OSMU가 가능하기 때문으로 추측된다. 단 중국의 경우에는 웹소설인 <귀취등>의 경우 2009년에 이미 게임 캐릭터 창출을 통해 캐릭터의 시각적 이미지화가 이루어졌기 때문에 캐릭터 굿즈가 창출되었던 2015년에는 이미지화라는 제한요인이 사라졌다고 할 수 있다.

셋째, 한국에서는 대체로 스토리 활용방식의 OSMU가 이루어진 다음에 캐릭터 활용방식의 OSMU가 이루어진 반면에 중국에서는 두 방식의 OSMU가 시기적으로 큰 차이 없이 혼재되었던 것을 볼 수 있다. 이 현상은 한국에서는 원작의 성공 이후 먼저 스토리 활용 중심의

OSMU를 통해 대중성을 확보한 다음에 캐릭터 분야로 확장되는 양상을 보이는 반면 중국은 스토리 활용의 단계를 거치지 않고 바로 캐릭터 활용의 단계로 이전한다는 국가별 차이를 보여준다고 해석할 수 있다.

4. 결론

본 연구에서 스토리 활용방식과 캐릭터 활용방식에 대해 예측한 내용에 대해 실제 사례를 적용해 본 결과 대체로 일치하는 결과를 발견할 수 있었다. 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

먼저 원작의 장르에 따른 OSMU의 활용 과정에 있어서 웹툰과 웹소설의 상이한 특징으로 인해[7-8] 서로 비대칭적인 OSMU가 발생했다는 것은 시각적 요소가 OSMU의 활용 형태에 있어서 중요한 요소이라는 것을 시사한다. 둘째, OSMU 활용방식의 분류의 기준으로 캐릭터 활용방식과 스토리 활용방식을 적용할 때에 캐릭터 활용방식의 경우 웹소설에 비해 웹툰에서 더 OSMU의 활용이 활발했음이 발견된 것은 본 연구의 중요한 공헌점으로서 향후 OSMU 연구에 있어서 하나의 방향을 제시했다고 볼 수 있다. 향후 연구에서는 더 다양한 OSMU 활용방식을 개발할 수 있을 것이다. 마지막으로 한국과 중국의 디지털 콘텐츠 시장의 OSMU 활용방식의 차이는 한국에서는 스토리 활용방식이 부상했기 때문이라고 분석되었는데, 이 결과는 향후 연구에서 동남아 등 다른 지역의 OSMU 활용을 분석할 때에도 적용될 수 있을 것으로 보인다. 즉 국가별로 스토리 및 캐릭터 활용방식의 특징을 발견한다면 해당 지역에서 향후 발견될 OSMU 진화 경로를 예측하는 것에 도움을 받을 수 있을 것으로 보인다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 비록 본 연구에서 8개의 사례를 이용하여 다양성을 확보하기 위해 시도했지만 제한된 사례의 사용은 본 연구의 한계점이 아닐 수 없다. 향후 연구에서는 보다 다양한 사례를 통해 이에 대한 조사가 이루어질 것을 기대한다. 둘째, OSMU의 활용방식으로 더 다양한 기준을 설정할 수도 있는 것이다. 본 연구는 분석의 대상으로서 웹소설과 웹툰을 선택했기 때문에 이러한 원작의 진화 경로를 비교하기 위한 방식으로 스토리 활용방식과 캐릭터 활용방식을 선택했다. 그러나 원작의 형태를 보다 넓은 형태로 확장한다면 그에 적절한 진화 경로의 분류 방식도 상이할 수 있다. 향후 연구에서는 이러한 의미에서 보다 폭넓은 연구가 이루어질 것을 기대한다.

Table 1. Web-novels and Webtoons OSMU in Korea

		〈A Queer Girl〉	〈A Lure of Wolves〉	〈With God〉	〈I Love You〉
genre		web-novel (1999-2000)	web-novel (2002)	webtoon (2010-2012)	webtoon (2007)
offline publication		offline novel (2000)	offline novel (2003)	offline cartoon (2012)	offline cartoon (2007)
Story OSMU	cartoon	✓(2001)	✓(2004)		
	novel			✓(2018.2)	
	drama	✓(Japan, 2008) (Korea, 2017)		✓(2019, 2020)	✓(2012)
	movie	✓(2001)	✓(2004)	✓(2017,2018)	✓(2011)
	music	✓(2001)	✓(2004)	✓(2018)	✓(2011)
	radio			✓(2013,8)	✓(2014)
	play	✓(2014)			✓(2008, 2010)
	musical		✓(2011)	✓(2015.7)	
Character OSMU	game	✓(2016)	✓(2004)	✓(2017.7)	
	exhibition			✓(2011.7)	
	image			✓(2017, 2018)	
	goods		✓(2011)	✓(2018)	✓(2018)

Table 2. Web-novels and Webtoons OSMU in Korea

		〈Once Upon A Time〉 (三生三世 十里桃花)	〈A Tomb〉 (鬼吹灯)	〈Go Away Tumour〉 (滚蛋吧肿瘤君)	〈100,000 Bad Jokes〉 (十万个冷笑话)
genre		web-novel (2008)	web-novel (2006)	webtoon (2012)	webtoon (2010)
offline publication		offline novel (2009)	offline novel (2006, 2015)	offline cartoon (2012)	offline cartoon (2012)
Story OSMU	cartoon	✓(2015)	✓(2007, 2016)		
	novel				
	drama	✓(2017.1)	✓(2016, 2017)	✓(2020)	✓(2012, 2013)
	movie	✓(2017.8)	✓(2015, 2018)	✓(2015.8)	✓(2014, 2017)
	music	✓(2017)	✓(2015, 2017, 2018)	✓(2015)	✓(2014)
	radio		✓(2015)		
	play	✓(2017.10)	✓(2014.10)	✓(2015.7)	✓(2014.9)
	musical				
Character OSMU	game	✓(2017)	✓(2009)	✓(2016)	✓(2015.3)
	exhibition				
	image				
	goods	✓(2017)	✓(2015)		✓(2017)

References

- [1] B. W. Park, K. C. Lee, "An Exploratory Analysis on Adoption of Potential Customers in Transmedia Storytelling : Emphasis on Korean TV Drama and Movie", Korean Operations Research And Management Society, Vol.27, No.2, pp.81-95, Jul. 2010.
UCI: [G704-000239.2010.27.2.004](https://nrs.ksre.or.kr/uc/000239.2010.27.2.004)
- [2] B. J. Yoon, J. H. Lee, "A Study on the Success Factors of Gaming on Original Film through the OSMU", Korean Society For Computer Game, Vol.0, No.19, pp.153-160, Dec. 2009.
- [3] S. J. Lee, "Study on OSMU Value Evaluation in <Fist of legend> - Focusing on 'Index Linked Webtoon'", The Korean Journal of animation, Vol. 9, No. 2, pp.102-115, Jun. 2013.
UCI: [G704-001801.2009.19.018](https://nrs.ksre.or.kr/uc/001801.2009.19.018)
- [4] Y. J. Lee, H. D. Shin, "The Effects of the Existence and Type of Originals on Box-office Performance", The Journal of the Korea Contents Association, Vol. 13, No. 6, pp. 108-115, Jun. 2013.
DOI: <https://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.06.108>
- [5] K. W. Kim, "A Study of Limitations of Using OSMUs Based on the Mediality of Webtoons." The Learned Society Of Korean Drama And Theatre, Vol.0, No.62, pp.13-59, Dec. 2018.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17938/tikdat.2018.62.13>
- [6] H. D. Yoon, S. H. Cho, "A Study an Effective Copyright Protection Method for Webtoons", The Korea Institute of Information, Electronics, and Communication Technology, vol.12, No.1, pp.106-112, Feb. 2019.
- [7] J. W. Han and B. Y. Kim, "Studies on Color Images and Symbolism of an animation character related on audiences - Focus on Frozen, Walt Disney animation -", Journal of Digital Design, Vol. 14, No. 3, pp.195-206, Jul. 2014.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17280/jdd.2014.14.3.020020>
- [8] E. H. Sohn, J. H. Kim, "Design of A Tool for Color Combination Image Effects on Animated Characters' Clothes", Journal of Korea Multimedia Society, vol.10, no.10, pp.1319-1327, Oct. 2007.
UCI: [G704-000883.2007.10.10.007](https://nrs.ksre.or.kr/uc/000883.2007.10.10.007)
- [9] S. Y. Kim, "A New Topography of Korean Novels in the 21st Century, the Era of Digital Technology", The Association of Popular Narrative, Vol.24, No.4, pp.203-236, Nov. 2018.
DOI: <https://dx.doi.org/10.18856/jpn.2018.24.4.007>
- [10] S. S. Min, The Characteristics of Korean Web-novel Platform and Foreign Cases, K-Book Trends, c2017 [cited 2017 September 11], Available From: <https://blog.naver.com/go5326/221094394570> (accessed Sep. 27, 2017).
- [11] G. W. Lee, Q. Wei, "Status of Development and Characteristics of Web Novels inKorea and China", Academic Association of Global Cultural Contents, Vol.0, No.31, pp.159-173, Dec. 2017.
- [12] D. I. Kim, Essence of Chinese IP, Web-novel(1)Ohoo Media. c2017 [cited 2017 March 21], Available From: <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=6858989&memberNo=36059950&vType=VERTICAL> (accessed Mar. 21, 2017)
- [13] J. W. Yu, "A Study on the Growth of Chinese Web Novels", China Research Center, Vol.34, pp.29-52, May. 2018.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17935/Chinan.2018.34.29>
- [14] S. H. Park, Platform of Web Contents, p.128, Communication Books, 2018.
- [15] 2017 Graphic Novel Industry White Paper, White Paper, Korea Creative Content Agency, Korea.
- [16] Y. S. Pei, H. Y. Meng, S. S. Hou, K. H. Bae, "The Study on the Promotion of Chinese Animation Industry -A Comparison of Korea.China and Japan", The Korea Contents Association, Vol.18, No.3, pp.456-471, Mar. 2018.
DOI: <https://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2018.18.03.456>
- [17] S. R. Cho, H. Shin, Y. B. Jang, S. E. Lee, M. W. Han and B. C. Koo, "A Case Study of Broadcasting Contents Using One Source Multi Use Strategy", Journal of broadcast engineering, Vol. 12, No. 5, pp.424-429, 2007.
UCI: [G704-001531.2007.12.5.013](https://nrs.ksre.or.kr/uc/001531.2007.12.5.013)
- [18] H. W. Nam, "Study on the Digital Storytelling Analysis for the OSMU(One Source Multi Use) of the Cultural Contents", Journal of The Korean Society for Computer Game, Vol., No.22, pp.51-58, Oct. 2010.
UCI: [G704-001801.2010.22.001](https://nrs.ksre.or.kr/uc/001801.2010.22.001)

왕 이 소(Yiyao Wang)

[정회원]



- 2016년 6월 : 수도사범대학교 초
등교육학과 음악학 (학사)
- 2019년 2월 : 홍익대학교 대학원
문화예술경영학과 (석사)

〈관심분야〉

문화예술경영, 전략경영, 공연기획

신 형 덕(Hyung-Deok Shin)

[정회원]



- 2003년 5월 : 오하이오주립대학교 경영학박사
- 2006년 9월 ~ 현재 : 홍익대학교 경영대학 교수

〈관심분야〉

문화예술경영, 전략경영, 창업론