

일본만화 불법 공유사이트의
합법적 운영을 위한 웹툰 서비스 연구

A Study on Webtoon Service for Legitimate Operation
about Illegal Piracy and Sharing Web Site of Japanese Manga

주저자

장 순 규 Jang, Soon-kyu

홍익대학교 일반대학원 디자인공예학과 시각디자인 전공 | Visual Communication Design, Hongik University
jeansky@gmail.com

부저자

이 슬 빛나 Lee, Seul-bitna

홍익대학교 산업미술대학원 브랜드패키지디자인 전공 | Brand Package Design, Hongik University
bitna1230@naver.com

투고일	2019.02.26	심사일	2019.04.26	게재확정일	2019.04.27
-----	------------	-----	------------	-------	------------

목 차

1. 서론
 2. 이론적 배경
 - 2.1. 일본만화 불법 공유 서비스
 - 2.2. 웹툰 서비스 내 저작권 보호
 - 2.3. 정기결제에 따른 공유 서비스
 - 2.3.1. 저작권 보호를 위한 접근
 - 2.3.2. OTT 서비스
 3. 연구내용
 - 3.1. 연구대상
 - 3.2. 연구방법
 4. 연구결과
 - 4.1. 이해관계자 모델링 (Stakeholders Map)
 - 4.2. 사용자여정지도 (Customer Journey Map)
 - 4.3. 핵심전략제안
 - 4.4. 모바일 어플리케이션
 - 4.5. 사용성 검증
 5. 결론
- 참고문헌

Keyword

OTT, 일본만화, 웹툰, 서비스 디자인, UX 디자인
OTT, Japanese cartoon, Manga, Web toon,
service design, UX design

Abstract

Recently, Japanese manga (toon) has a large number of readers in South Korea. For this reason, Korean readers are actively using illegal sharing sites, which are the fastest upload than Korea official publisher and provide free of Japanese comics. Therefore, this study investigates services that prevent spread of illegal sharing site of Japanese manga. To do research, we identified some problems from user interview, and discovered key factors of strategy by doing stakeholders map and customer journey map. And then we suggested mobile application, which conducted user interview for verification. As a result, user agreed to admire Japanese manga without the limitation of monthly lump like OTT service. Also, rather than dealing with the contents of a 'book', it is a familiar experience to formulate a consensus by sharing the contents of the same 'volume' as the domestic webtoon service. Finally, users felt positively that every weekly or monthly series of Japanese manga to the fastest responding to upload pace of service.

논문요약

현재 일본만화는 한국에서 많은 독자층을 형성하고 있다. 이 독자들은 일본 만화를 불법적으로 무료 제공하는 사이트를 적극 활용하고 있다. 본 연구는 불법 만화 유통사이트의 확산을 방지하고, 합법적으로 만화를 감상할 수 있는 서비스에 대하여 연구를 진행한다. 이를 위해 사용자 인터뷰를 통해 문제점을 발굴하고, 이에 따른 이해관계자 모델링, 사용자 여정지도를 제안하여 핵심전략의 요인을 도출했다. 그리고 모바일 어플리케이션을 제작하여 사용자 검증을 진행하였다. 연구 결과, 사용자는 OTT 서비스와 같이 콘텐츠를 월정액으로 회수에 제한이 없이 감상하는데 공감하였다. 또한 한 '권'의 내용을 다루는 것 보다, 국내 웹툰 서비스와 같이 매 '화' 내용을 나누어 제공하는 것이 익숙한 경험으로서 공감대를 형성하였다. 그리고 격주, 격월 연재되는 일본만화의 연재 속도를 즉각 대응하는 서비스에 긍정적인 반응을 나타냈다.

1. 서론

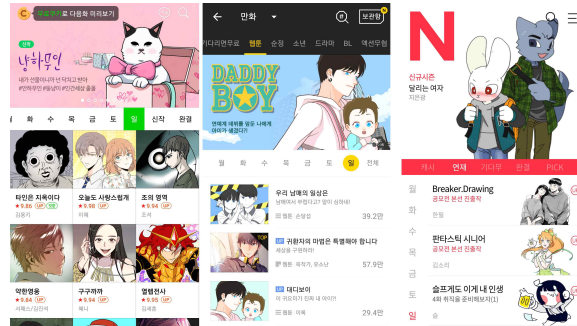
일본 대중문화의 대표적 콘텐츠 중 하나인 만화는, 21세기의 한국에서 많은 독자층을 형성하고 있다. 이러한 일본만화에 대한 관심은 현재 한국에서 불법으로 유통하는 웹 사이트의 서비스로 확산되었다. 이는 주간지와 월간지로 연재되는 일본만화를 불법으로 복제하여 번역 및 공유 하는 서비스다. 상기의 일본만화를 불법으로 복제 및 공유하는 사이트 중 대표적인 ‘밤토끼’, ‘장시시’, ‘마루마루’가 2018년에 폐쇄되었다. 한겨레의 기사에 따르면 불법으로 일본만화를 유통하여 약 9억5000만원 상당의 부당 이익과 웹툰 및 출판사에 약 2400억 원대 피해를 일으켰다 제시했다.¹⁾ 문화체육관광부에 따르면 정부가 불법 만화 공유를 차단하고 운영자를 검거해도 대체 서비스가 지속적으로 생성되는데, 이는 사용자가 정부의 집중단속 대상이 아니었던 유사 서비스로 이동하기 때문이라고 설명했다.²⁾ 이에 따라 본 연구는 일본만화를 음지에서 불법으로 복제하고 번역하여 유통하는 서비스를 폐쇄하고, 이를 공식적으로 운영할 수 있는 방향에 대하여 연구를 진행한다. 이를 통해 일본만화를 즐기는 소비자와 저작권 소유자, 그리고 국내 유통사 모두에게 긍정적인 방향으로 활용할 수 있는 서비스의 밑거름이 되고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 일본만화 불법 공유 서비스

박지현(2013)은 네트워크 환경변화가 고품질, 고용량 콘텐츠를 실시간으로 감상하는 편리성과 수요의 증대를 가져왔지만, 자유롭게 복제 가능한 디지털 콘텐츠의 특성에 따라 저작권 보안에 문제가 생겼다고 주장했다.³⁾ 이러한 문제로 일본 만화를 불법으로 복제하여 공유하는 사이트가 생겨나고 있다. 이는 저작권자의 동의 없이 주간지 및 월간지에서 연재하는 일

본만화를 복사하고 번역하여, 업로드하는 구조로 운영되고 있다. 이 구조는 만화를 매주 특정 요일과 일정에 맞춰 업로드 하는 국내의 웹툰(webtoon) 플랫폼의 서비스와 흡사하다. 이는 [Fig 1], [Fig 2]에서 확인할 수 있다.



[Fig. 1] 공식 웹툰 서비스의 주간, 월간 업로드 상황



[Fig. 2] 불법 공유 서비스의 업로드 상황

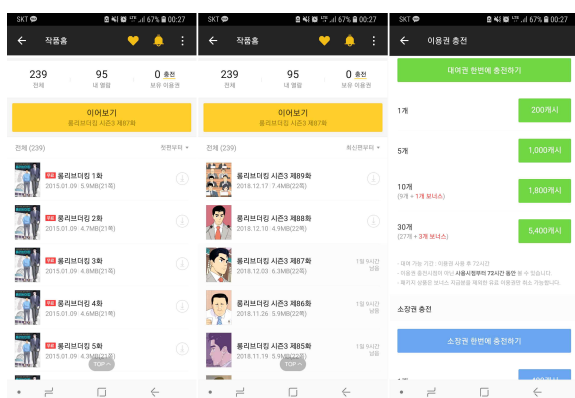
[Fig. 2]처럼 저작권자의 허락 없이 콘텐츠를 변형하는 행위는 대한민국 저작권법 중 ‘2차적 저작물 작성권’ 침해에 해당한다. 또한 콘텐츠 공유가 원작보다 먼저 이루어지는 경우 ‘공표권 침해’에 해당하게 된다. 그럼에도 불구하고 불법 공유서비스가 활발하게 생성되고 운영되는 것은 서비스 사용자가 사이트에 방문할 때마다 노출되는 광고의 수입 때문이다. 오펜의 기사에 따르면 상기의 불법 사이트 중 하나인 ‘마루마루’는 연간 80억에 해당하는 광고 수익

1) 김영동. (2018.05) 국내 최대 웹툰 불법유통 누리집 ‘밤토끼’ 운영자 구속. (<http://www.hani.co.kr/arti/society/area/845854.html>)
 2) 문화체육관광부. (2018.07) 해외불법사이트, 더 이상 저작권 보호 사각지대 아니다. (http://www.mcst.go.kr/web/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16776&pMenuCD=0302000000&pCurrentPage=6&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=)
 3) 김태원. (2018.02) 네이버·카카오 웹툰 잡아먹는 ‘밤토끼’, 유료 플랫폼까지 당했다. (http://m.ilyo.co.kr/?ac=article_view&toto_id=&entry_id=288288)

을 올렸다고 하였다.4) 이렇듯 불법 사이트에서 노출되는 상당한 광고의 수익으로, 폐쇄되어도 6개월 이내 동일한 서비스가 다시 생성되는 문제가 반복되고 있다.5)

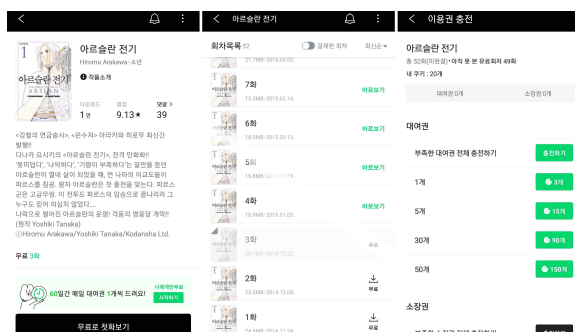
2.2. 웹툰 서비스 내 저작권 보호

현재 국내의 웹툰 플랫폼은 저작권 보호를 위해 일정 금액을 지불하여 공식적인 연재 속도보다 빠르게 만화를 감상할 수 있는 서비스와 완결된 만화를 구매 또는 대여하여 구독할 수 있는 유료 서비스를 제공한다. 위 서비스는 금액에 따라 몇 일간 대여할 수 있는 권한, 구매하여 언제든 다운받을 수 있는 권한으로 분류된다. 이는 아래 [Fig. 3]에서 확인할 수 있다.



[Fig. 3] 카카오페이지에서 제공하는 유료 웹툰 서비스 사례

현재 [Fig. 3]과 같이 국내 웹툰 플랫폼에서는 일본 만화를 유료로 감상할 수 있다. 이 서비스는 플랫폼 운영 기업과 출판사의 협력에 의해 제공되고 있다. 국내 웹툰 서비스와 같이 매 회 분량으로 구분하여 유료로 제공된다. 이는 [Fig. 4]에서 확인할 수 있다.



[Fig. 4] 네이버 웹툰 '시리즈' 서비스에서 제공하는 일본만화 서비스

- 5) 김태준. (2017.11) 청와대도 놀란 '불법 만화 공유 사이트' 마루마루의 어마어마한 광고 수입 . (http://www.ohfun.net/?ac=article_view&entry_id=17091)
- 6) 김영상. (2018.11) 밈토기 폐쇄 6개월... 불법웹툰서비스 들어가보니 (<https://m.news.nate.com/view/20181127n28036>)

이처럼 일본만화를 공식적으로 공유하는 서비스가 존재해도, 불법 만화 공유는 끊이지 않고 있다. 따라서 본 연구는 불법으로 일본만화를 공유하는 서비스에 대한 문제를 해결하기 위한 방안으로, 정기결제를 통해 콘텐츠를 제공하는 스트리밍(streaming) 서비스를 조사한다.

2.3. 정기결제에 따른 공유 서비스

2.3.1. 저작권 보호를 위한 접근

김선진(2015)은 초고속 통신으로 미디어 환경이 재편됨에 따라 국내외 미디어 업계는 동영상, 음악과 같은 리치 콘텐츠(rich contents)를 공유하는 서비스의 우위를 점하기 위한 경쟁이 시작되었다고 주장했다.6) 문희천(2011)은 이러한 경쟁으로 인하여 유행하는 콘텐츠 장르의 편중화, 저작권자와 소비자 사이의 수익구조 비합리성에 따른 문제가 온라인을 통한 불법 공유의 활성화를 일으킨다고 제시했다. 따라서 불법공유 문제를 해결하기 위해서 합리적 수익 분배를 위한 제도적 장치 도입의 필요성을 주장했다.7) Lawrence Lessing(2004)는 불법 공유를 막고, 저작권이 보장되는 제도적 장치에 대하여, 콘텐츠 저작권 소유자와 콘텐츠 소비자 사이의 비용문제에 대한 균형을 주장했다.8) Boldrin과 Levine(2013)는 이러한 저작권자와 소비자 모두에게 궁극적으로 유익할 수 있는 비용 균형이 출판, 음악, 영화와 같은 콘텐츠 서비스의 불법유통을 막기 위한 근본적인 해결방안이라 주장했다.9) 이러한 해결 방안으로써 스트리밍을 통한 콘텐츠 공유 서비스가 주목받고 있다. 김선진(2015)은 스트리밍을 통해 공식적으로 콘텐츠를 공유하고, 저작권을 보호하는 서비스가 불법 다운로드의 이용 비중을 축소했다고 주장했다.10) 이에 따라 본 연구는 스트리밍 서비스로서 운영되는 OTT 서비스에 대해 조사하고자 한다.

- 7) 김선진. (2015) 온라인 동영상, 음악서비스 및 미디어 이용 현황과 전망, 한국디지털콘텐츠학회, 16(1), 138-141.
- 8) 문희천. (2011) 음악산업과 디지털 기술의 융합에 따른 시장 환경 변화 연구 : 융합에 의한 문제점을 중심으로, 단국대학교 석사학위논문
- 9) L. Lessing. (2004) Free culture, Penguin press
- 10) Michele Boldrin & David Levine. (2013) 지식의 독점에 반대하다, 에코리브르
- 11) 김선진. (2015) 온라인 동영상, 음악서비스 및 미디어 이용 현황과 전망, 한국디지털콘텐츠학회, 16(1), 138-141.

2.3.2. OTT 서비스

현대사회는 미디어 환경의 발전으로 장소와 시간에 구애받지 않고 콘텐츠를 직접 소비할 수 있게 되었다. 이 중 다양한 디바이스로 콘텐츠를 언제 어디서든 소비할 수 있는 OTT(Over the Top) 서비스가 등장했다. 서기만(2011)은 OTT 서비스에 대하여 온라인에 접속 가능한 다양한 디바이스를 통해 사용자가 희망하는 동영상 콘텐츠를 소비할 수 있는 포괄적 개념의 서비스로 정의했다.¹¹⁾ OTT 서비스는 콘텐츠 산업의 생산과 유통, 소비시장에서 새로운 협력관계가 형성되는 서비스 혁신을 일으켰다. 김영주(2015)는 OTT 서비스의 개념을 [Table 1]처럼 정리하였다.¹²⁾

[Table 1] 확장된 OTT 서비스의 대한 개념

분류	특징
OTT 사업자	제3의 독립사업자, 지상파 방송사업자, 유료방송사업자, 콘텐츠 제공업자 (CP), 통신사업자, 단말사업자 등
서비스 망	유선 인터넷(브로드밴드), 무선 인터넷(모바일)
콘텐츠 종류	실시간 방송 콘텐츠 및 오디오, 동영상 콘텐츠, 영화, UGC,
서비스 방식	실시간, 스트리밍, 주문형 비디오(VOD)
과금 방식	유료(월정액/건당과금), 무료(광고 기반)
디바이스 종류	스마트 TV, PC, 태블릿PC, 스마트폰, 게임 콘솔, 셋톱박스/dongle 등과 연결된 일반 TV

본 연구는 상기의 OTT 서비스 특징으로서 제시된 저작권물 사용비용의 합리적 과금 방식을 바탕으로, 일본만화를 구독할 수 있는 새로운 서비스의 가능성을 연구하고자 한다.

3. 연구내용

본 연구는 상기의 내용을 바탕으로 일본만화의 불법 공유사이트를 폐쇄하고, 이를 공식적으로 운영할 수 있는 방안을 찾아보고자 한다. 이는 불법으로 유통되는 콘텐츠를 무료로 인식하고 감상하는 사용자의 인식을 변화를 통해, 일본만화의 지적재산권을 보호하기 위해서다. 연구 진행을 위해 일본만화 불법공유 서비스의 사용자와 관계자에 대한 심층 인터뷰를 진행한다. 인터뷰 진행 후 어피티니 다이어그램으로 정보를 정리한다. 이러한 과정을 통해 이해관계자 모델링 및 사용자 여정 지도를 제작한다. 위

12) 서기만. (2015) OTT 서비스의 이해와 전망, 방송과미디어, 16(1), 91-101

13) 김영주. (2015) OTT 서비스 확산이 콘텐츠 생산, 유통, 소비에 미친 영향에 관한 연구. 방송문화연구, 27(1), 80-81.

과정을 통해 도출된 문제점과 이를 해결하기 위한 OTT 서비스를 바탕으로 한 모바일 어플리케이션 프로토타입을 제안한다.

3.1. 연구대상 (Stakeholders)

연구 진행을 위해 웹툰 및 불법만화 공유 서비스를 이용한 사용자들과 현재 일본만화의 출판사에 근무하는 관계자와 심층 인터뷰를 통해 정보를 파악하고자 했다. 사용자 대한 내용은 [Table 2]와 같다.

[Table 2] 일본만화 독자 인터뷰 내용 정리

인터뷰 대상자	서비스 사용자	사용자 1	32세 (남) 회사원
		사용자 2	34세 (남) 회사원
		사용자 3	27세 (남) 학생
		사용자 4	30세 (여) 학생
		사용자 5	28세 (여) 회사원
		사용자 6	31세 (남) 회사원
		사용자 7	26세 (여) 프리랜서
		사용자 8	30세 (남) 회사원
		사용자 9	24세(여) 대학생
		사용자 10	28세 (남) 대학생
		사용자 11	31세 (남) 회사원
		사용자 12	32세 (남) 회사원
		사용자 13	28세 (여) 학생
		사용자 14	23세 (남) 학생
		사용자 15	38세 (남) 학생
선정 기준	일본만화 불법 공유서비스(마루마루, 장시시, 밥토끼 외 사용 경험자		
인터뷰 질문	일본만화에 대한 관심	일본만화에 대한 관심 이유, 현재 어떠한 방법으로 접하고 있는지 조사	
	불법 서비스에 대한 문제에 대한 이해도	불법에 대한 문제 인식, 문제 인식을 하지만 사용하는 이유, 불법 만화 서비스로 형성되는 문제 이해도, 불법 서비스 사용 시 장단점 조사	
	OTT 및 스트리밍 서비스에 대한 사용 경험	월 정액, 서비스 이용과 관련된 1회성 비용 지불에 대한 인식, 사용하는 이유, 장단점 조사	
	비용지불에 따른 만화 서비스에 대한 관심	국내 웹툰(네이버 웹툰, 시리즈, 카카오페이지, 다음웹툰, 투믹스, 레진코믹스) 및 일본 만화를 제공하는 모바일 어플리케이션의 사용경험, 비용지불에 대한 경험, 장단점 조사	

3.2. 연구방법

인터뷰는 각 대상자마다 약 30분 정도 진행하였다. 인터뷰는 일본만화에 대한 관심도, 불법 유통 서비스에 대한 인식과 그럼에도 사용하는 이유를 조사하였다. 그리고 OTT 및 스트리밍

서비스에 대한 경험의 유무, 월 결제비용에 대한 생각, 그리고 웹툰에서 만화를 보기 위해 결재를 해본 경험이 있는지를 바탕으로 진행하였다. 사용자 인터뷰 진행 후, 보다 정확한 정보를 확보하기 위해서 일본만화 출판사 관계자의 인터뷰를 진행했다. 인터뷰는 국내의 공식 웹툰 서비스에 대한 견해, 모바일 플랫폼을 통해 콘텐츠 공유서비스를 활성화 시키지 못한 이유에 집중하였다. 사용자 인터뷰 질문과 다르게 구성한 것은 관계자의 전문적 견해를 듣기 위해서다. 이는 [Table 3]과 같다.

[Table 3] 관계자 인터뷰 내용 정리

인터뷰 대상자	일본 만화 출판사	관계자 1	38세 (여) 경력 4년
		관계자 2	37세 (여) 경력 10년
		관계자 3	30세 (여) 경력 5년
		관계자 4	30세 (여) 경력 3년
		관계자 5	43세 (남) 경력 11년
선정 기준	일본만화와 관계된 출판사와 관계된 직원		
인터뷰 질문	불법 공유서비스에 대한 견해	불법 공유 서비스가 사라지지 않는 이유, 대책 등	
	불법 서비스의 단절 및 공식 서비스 개발의 어려운 점	공식 서비스가 형성되지 못한 이유, 각 출판사의 반응 등	
	웹툰 서비스의 정당한 비용 지불	현재 웹툰 서비스에서 비용지불에 대한 견해와 현재의 문제점 등	

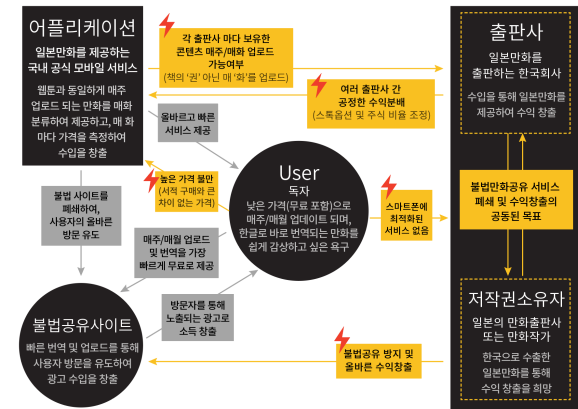
4. 연구결과

본 연구는 일본만화를 즐겨보는 20~30대의 독자층과 일본만화를 출판하는 업체 관계자의 인터뷰를 중심으로 진행하였다. 인터뷰 결과 불법 공유사이트를 통해 일본만화를 감상하는 것을 큰 범죄로 인식하고 있지 못하였다. 그리고 관계자 인터뷰에서는 일본만화를 모바일 어플리케이션과 웹 사이트를 통해 제공하고 있지만, 서비스 제공자와 출판사 그리고 저작권 소유자 사이에서의 금전적 이해관계 때문에 서비스 확장이 쉽게 이루어지지 못할 것이라는 의견을 제시하였다.

4.1. 이해관계자 모델링 (stakeholders Map)

본 연구는 상기의 인터뷰를 통해 이해관계자는 국내에서 일본만화를 모바일 어플리케이션으로 제공하는 서비스 제공자와 이용하는 독자, 수입하는 출판사와 저작권자 그리고 불법으로 공유하는 서비스로 구분하였다. 이러한 이해관계

자들 사이에 문제 상황에 대하여 아래 [Fig. 5]와 같이 이해관계자 모델링을 정리하였다.

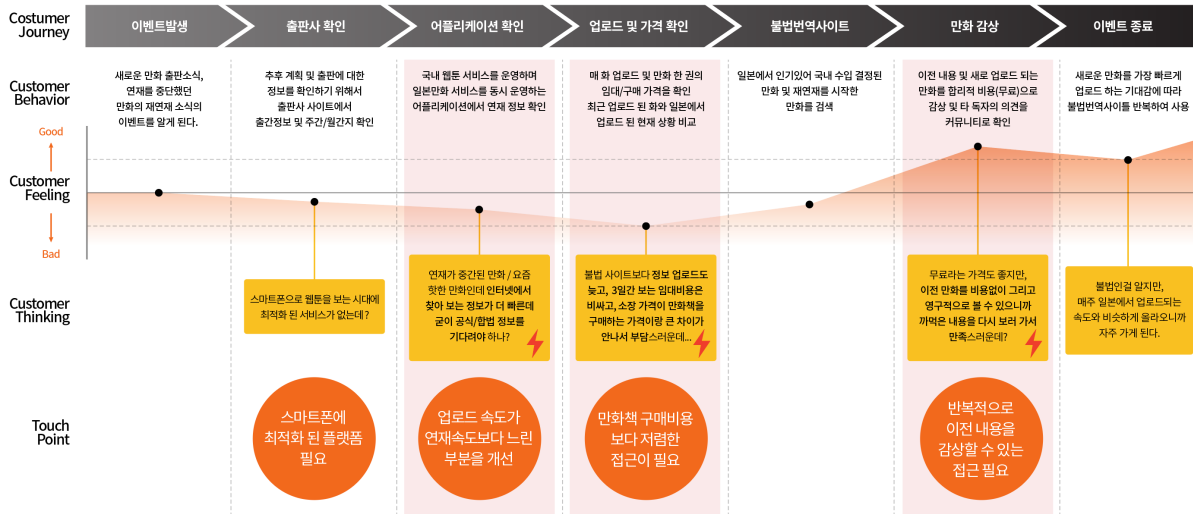


[Fig. 5] 이해관계자 모델링(Flow&Culture Map)

[Fig. 5]와 같이 독자(User)는 격주, 격월마다 출판되는 일본만화를 무료로 가장 빠르게 감상할 수 있는 비용적 측면과 정보제공의 속도 측면을 불법공유사이트를 지속적으로 사용하는 이유로 제시하였다. 또한 출판사에서는 스마트폰에 최적화된 서비스를 제공하지 않아 이용하는 데 불편함을 겪는다는 불만족스러운 의견이 있었다. 다음으로 콘텐츠 저작권을 가지고 있는 일본 원작자와 국내 출판사는 불법 공유사이트에 따른 광고 수익창출의 문제를 방지해야 한다고 의견을 제시했다. 마지막으로 어플리케이션 서비스를 제공하는 회사는 사용자가 비용을 지불하고 만화를 감상하기 위한 최적의 서비스를 제공해야 하는데, 불법 공유사이트에서 무료로 일본만화를 감상하는 사용자들의 행동 패턴으로 인하여 수익을 창출하지 못하는 문제점을 지니고 있다.

4.2. 사용자 여정 지도(Customer Journey Map)

이해관계자 모델링을 바탕으로 사용자의 경험의 흐름을 보다 더 구체화하고자 했다. 이에 따라 [Fig. 6]과 같은 사용자 여정 지도를 작성하였다. 일본만화 구독자가 국내 출판사 혹은 공식적인 웹툰 서비스의 불만족스러운 경험으로 인해 불법 공유사이트로 이동하는 7단계의 사용자 행동으로 가로축을 구성하였다. 사용자의 행동, 감정과 더불어 사용자의 생각과 이해관계자 모델링 및 인터뷰를 통해 발견한 문제 해결의 접점(touch point)을 정리하였다. 사용자



[Fig. 6] 사용자 여정 지도(Customer Journey Map)

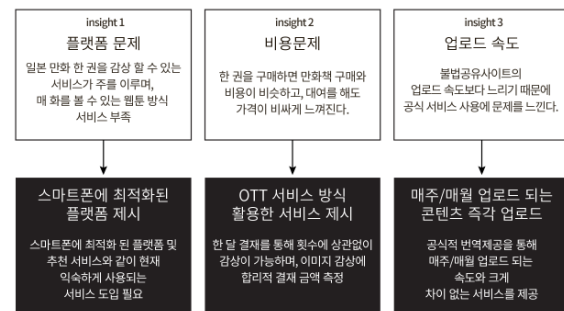
는 휴재하던 만화 또는 새로운 만화가 연재되는 소식을 인터넷 혹은 지인을 통해 알게 되어 관련된 국내 출판사에서 확인하게 된다. 여기서 사용자는 스마트폰에 최적화된 플랫폼이 없기 때문에 정보 검색에 불편함을 느낀다. 또한 출판사 및 출판사와 연계된 어플리케이션 서비스는 불법 공유서비스보다 연재 속도가 느리다는 문제를 지니고 있었다. 특히 만화가 재연재될 경우, 이전 스토리를 보기 위해선 비용을 지불해야 한다. 이 비용은 실제 만화책을 구매하는 것과 큰 차이가 없어 만족스럽지 못하다는 의견으로 이어진다. 따라서 사용자는 저렴한 비용과 빠른 업로드, 그리고 이전 내용을 언제든지 감상할 수 있는 불법 공유사이트에 반복하여 접속하게 되는 상황으로 정리할 수 있다.

4.3. 핵심전략제안

이해관계자 모델링과 사용자 여정 지도를 바탕으로 사용자를 분석한 결과 현 상황에 대한 문제 및 사용자의 니즈, 그리고 문제를 해결하는 인사이트를 세 가지 방향으로 정리하였다. 이는 아래와 같다.

첫째, 스마트폰에 최적화된 서비스 제공이 필요하다. 현재 일본만화를 공식적으로 제공하는 웹툰 플랫폼을 제외하고 판권을 소유한 국내 출판사는 모바일에 최적화된 서비스를 제공하지 못하고 있다. 또한 영화와 음악 스트리밍 서비스와 같이 다양한 콘텐츠를 보유할 경우, 자주 감상하는 장르와 비슷한 콘텐츠를 추천

받는다면 편리할 것이라는 인사이트를 도출했다. 둘째, 사용자에게 콘텐츠의 고품질 이미지를 제공하며 OTT 서비스와 같이 정기결제 금액을 합리적으로 제공하는 접근이다. 이는 질의응답자들이 넷플릭스 및 음악 스트리밍 서비스에서 대한 비용이 적절하다는 의견을 바탕으로 제시한다. 질의응답자는 고품질 사운드와 영상에 대한 비용이 적절하다는 내용과 함께, 한번 비용을 지불하면 언제든 다시 볼 수 있고, 감상 횟수에 제한이 없다는 점을 강점으로 내세웠기 때문이다. 셋째, 매주 또는 매일 연재되는 일본만화의 업로드 속도를 최대한 맞출 수 있는 서비스의 개선이다. 사용자는 불법공유사이트가 콘텐츠를 번역하고 유통하는 속도가 국내의 공식 어플리케이션 서비스와 출판사의 연재 속도보다 빠르기 때문에, 불법 서비스를 지속적으로 사용한다. 질의응답자 중 출판 관계자들이 의견 중 공정한 수익분배를 위한 방향만 제시 될 수 있다면 알맞은 속도로 서비스를 제공하는데 문제가 없음을 확인하였다. 이러한 전략방향은 아래 [Fig. 7]과 같다.

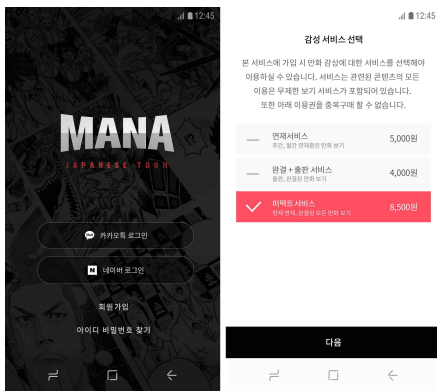


[Fig. 7] 핵심전략제안

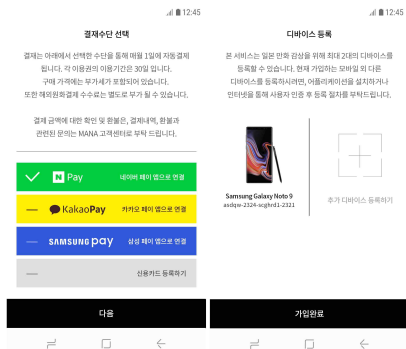
4.4. 모바일 어플리케이션

상기에서 제시한 국내의 웹툰 플랫폼에 대한 문제점을 감안하여, 본 연구는 [Fig. 7]의 핵심전략제안을 바탕으로 사용자의 니즈에 접근한 모바일 기반의 어플리케이션 서비스를 제안한다. 서비스의 브랜드 콘셉트는 일본 만화를 감상하는 최적의 서비스를 전달하기 위해 ‘만화’라는 메타포를 일본어 발음으로 표현한 ‘마나’(Mana)로서 명명하여 진행하였다.

디자인의 첫 페이지는 다양한 일본 만화의 이미지를 배경화면으로 활용한다. 이를 통해 일본만화 플랫폼임을 암시하는 디자인의 방향이다. 첫 화면에서 사용자는 회원 가입 및 사용하던 플랫폼의 아이디를 통해 서비스를 이용할 수 있도록 구성하였다. 회원 가입 페이지는 본 연구의 핵심전략제안 중 OTT 서비스와 같이 정기적으로 적절한 비용을 지불하는 방향을 제시한다. 가입 과정에서 서비스를 즐기기 위한 결제내역을 선택하는 화면이 연결된다. 이는 주간연재, 월간 연재되는 만화를 보는 경우, 완결된 만화를 보는 경우, 모든 서비스를 이용하는 경우로 구성되어 가격을 제시한다. 그리고 매 달 서비스 결제를 위해 신용카드 또는 결제 어플리케이션과 연동하는 방식으로 진행된다. 마지막으로 서비스를 이용하는 디바이스를 최대 2대까지 등록하는 화면으로 가입을 마무리 한다.

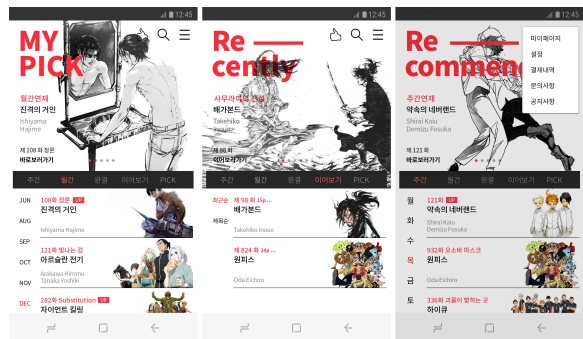


[Fig. 8] 좌측 회원가입, 우측 결제선택



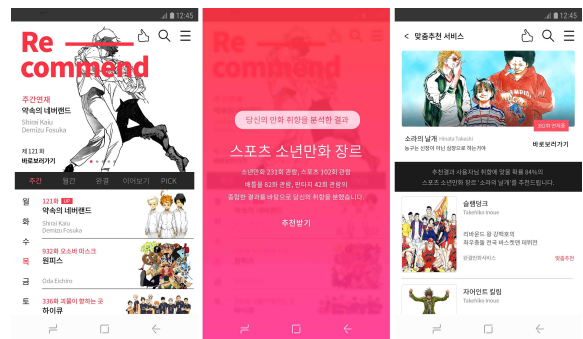
[Fig. 9] 좌측 결제 카드등록, 우측 디바이스 등록의 정보 전달 화면

가입 완료 후, 사용자는 서비스를 이용할 수 있는 메인 페이지로 이동하게 된다. 메인 페이지는 상단에 추천만화, 최근 감상했던 만화, 최근 업로드 된 만화에 대한 정보를 제공한다. 하단의 서비스 메뉴에는 ‘주간’, ‘월간’, 완결만화를 보는 ‘완결’ 메뉴 및 감상했었던 만화를 이어볼 수 있는 ‘이어보기’, 즐겨찾기 개념의 ‘pick’으로 구성되어 있다.



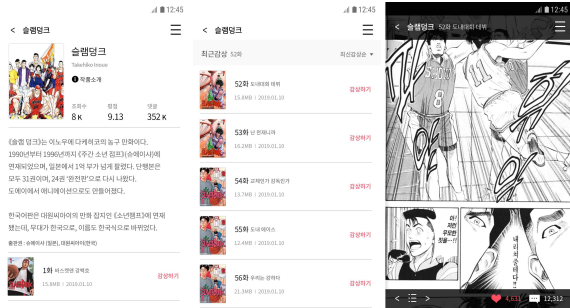
[Fig. 11] 좌측부터 월간, 이어보기, 사용자 메뉴 클릭 화면

상단의 메뉴 중 가장 좌측에 있는 추천 마크를 선택하게 되면, 감상했던 만화의 장르를 분석하여 다른 작품을 추천해주는 기능으로 넘어가게 된다. 이를 통해 사용자는 주로 감상하는 만화가 보유하고 있는 키워드와 연관된 만화를 추천받을 수 있다.



[Fig. 12] 좌측부터 메인화면, 추천장르, 맞춤추천 제안 화면

마지막으로 핵심전략제안에서 매주 및 매월 업로드 되는 일본 만화를 ‘권’ 별로 감상 하는 게 아닌, 매 ‘화’로 구분된 서비스로 디자인하였다. 이 서비스는 일본에서 연재되는 속도에 맞춰 콘텐츠를 제공할 수 있게 된다.



[Fig. 13] 좌측부터 만화소개, 리스트, 감상 화면

4.5. 사용성 검증(Think Aloud)

본 연구에서는 상기의 어플리케이션 디자인의 사용성 테스트 진행을 위해 ‘Invision’ 툴을 통한 프로토타입을 제작하여 가상의 서비스를 구현하였다. 위 프로토타입을 바탕으로 ‘Think aloud’ 방법으로 2019년 1월 14일부터 2019년 2월 10일까지 연구를 진행하였다. 이를 통해 본 연구에서 제안하는 핵심 서비스에 대하여 사용자들의 반응을 관찰하는 방식으로 테스트를 진행하였다.

4.5.1. 일본만화를 위한 모바일 플랫폼

사용자는 ‘마나’에서 일본만화를 감상하는데 충분한지 검증하는 과정을 중심으로 진행하였다. 해당 데스크에서 사용자는 일본 만화의 주간, 월간 및 연재가 끝난 만화를 찾아서 감상하였다. 또한 ‘사용자 맞춤 추천’ 메뉴를 통해 스포츠 만화를 추천받고, 이를 감상하는 경험을 진행하였다. 사용자는 웹툰과 같이 구성된 매 ‘화’를 감상하는데 큰 문제가 없이 데스크를 수행하였다. 이 과정에서 감상한 만화와 비슷한 장르의 작품을 추천받고, 최근 감상했던 회수로 돌아가는 기능에 대해 긍정적으로 언급하였다. 또한 만화내용에 대한 타사용자들의 댓글을 통해 내용을 이야기하는 서비스가 추가되면 더욱 좋을 것 같다 제시하였다.

“저는 일본만화를 감상하는데 있어, 만화책 한 권을 구매해서 보는 국내 웹툰 플랫폼을 사용해본 경

험이 있습니다. 일본만화는 한 권으로 구성되어 있지만, 매 화로 분리되어 있어 흐름이 끊기는 불편한 점이 있었습니다. 특히 어디까지 감상했는지 알려주지 않기 때문에 더 복잡할 때가 있습니다. 이러한 과정에서 추리만화 같은 경우 몇 화에서 떡밥으로 불리는 힌트가 나왔는지 찾게 되는데, 이러한 구조면 찾기 더 쉽지 않을까 생각합니다. 다른 사용자들 댓글을 통해 서로 정보를 공유해주면 더 좋겠다는 생각도 해 보았습니다. 그리고 만화책방에 가면 자주 보던 만화를 추천받는 경험이 있었는데, 이 서비스라면 그 당시 경험을 상기시킬 수 있을 것 같아서, 긍정적으로 느꼈습니다.”

- 사용자 01(32세, 남자 IT 업계 회사원, 김OO)

4.5.2. OTT 서비스와 동일한 자동결제

사용자는 ‘마나’가 제시하는 결제 서비스에 대하여 합리적인 가격으로 분할되어 긍정적이라 하였다. 특히 일정 금액을 통해 횟수에 상관없이 만화를 감상할 수 있다면 만족스러운 서비스가 될 수 있을 것 같다고 언급했다.

“제가 웹툰을 볼 때, 매 화마다 300원 가량의 비용을 지불하여 대어했었습니다. 어느 날 보니, 이전의 내용은 볼 수 없고, 다시 보고자 하니 비용을 또 지불해야 하고, 한 권의 내용을 다 보는 금액이 만화책을 실제로 구매해서 보는 가격하고 차이가 나지 않아서 불만이 있었습니다. 하지만 이 서비스를 통해 3000~4000원 비용으로 어떠한 만화든, 이전 내용도 반복해 볼 수 있다면 만족스러울 것 같습니다. 특히나 연재종료, 연재 중, 모든 만화를 다 볼 수 있는 서비스 분류가 매력적이네요. 마치 음악이나 영화, 드라마를 감상할 수 있는 스트리밍 서비스 같아서 친숙하달까, 익숙해서 좋을 것 같습니다.”

- 사용자 09(24세, 여자 대학원생, 박OO)

4.5.3. 매주/매월 즉각적 업로드 현황

해당 데스크에 대한 질문에 사용자는 매번 연재되는 만화를 가장 빠르게 볼 수 있어 긍정적이라고 대답하였다. 이는 일본만화를 출판하는 국내기업의 속도가 일본에서 연재되는 속도와 2~3달 이상의 차이가 나기 때문에, 불법공유 사이트를 사용했다는 내용과 함께 언급하였다. 또한 이러한 연재 속도가 모바일과 다양한 플랫폼 서비스로 빠르게 정보가 교류되는 사회에 맞는 구조일 것 같다고 제시하였다.

“일본만화 연재속도와 국내 출판속도 차이가 2~3달 차이가 나는데, 일본에서 연재되는 속도와 동일

하게 감상할 수 있다면, 지금 바로 사용하고 싶네요. 사실 일본만화를 불법으로 공유하는 사이트를 반복해서 사용하는 이유가 국내 연재 속도와 너무 차이가 나기 때문이긴 했거든요. 이런 서비스를 통해 공식적으로 번역되고 나온다면, 저는 굳이 불법을 자행해야 하나 생각됩니다. 마음에 췌리기도 했는데 너무 좋을 것 같아요. 개인적으로 유튜브, 구글을 통해 일본만화 최근 연재에 대한 소식을 국내나 해외의 사용자들이 빠르게 공유하는 사회에 바른 서비스 방향이라고 생각합니다. 빠른 소식에 얼마나 민감한 사용자들이 많은데요.”

- 사용자 10(28세, 남자 대학원생, 이○○)

5. 결론

본 연구는 일본만화를 불법으로 번역하고 공유하여 저작권 소유자 및 기업, 출판사 등 피해를 일으키는 불법 서비스를 근절하고, 합법적으로 콘텐츠를 감상할 수 있는 서비스를 제안하고자 진행하였다. 연구 과정에서 불법공유 서비스 사용자는 불법으로 인지하지만, 계속 사용하는 이유로 국내가 일본보다 연재되는 속도가 느리고, 모바일에 최적화 된 서비스가 부족한 점, 그리고 만화 한 편을 감상하는데 소비되는 비용이 비교적 높다는 의견이 있었다. 이에 따라 본 연구는 상기에 제시된 문제점에 대한 해결책을 제안한다.

첫째, 국내 웹툰의 어플리케이션 서비스와 동일한 세로형 만화 감상구조를 통한 모바일 플랫폼을 제안한다. 이는 과거 책을 통해 독서하는 사용자의 행동이 모바일의 기술 발전에 따라 스마트폰의 스크린으로 콘텐츠를 즐기는 행동으로 변화했기 때문이다. 또한 웹툰 서비스의 어플리케이션 감성 구조가 스마트폰으로 만화를 감상하는데 익숙한 경험이기 때문에, 좌우로 감상하는 일본 만화를 상하 스크롤 구조로 감상하는 구조로 제안하는 것이 긍정적일 것이다. 둘째, 매 화마다 구매 및 대여의 결제 비용이 높은 점을 감안하여, OTT 서비스와 같이 합리적인 결제비용을 통해 콘텐츠를 무제한으로 감상할 수 있는 서비스를 제안한다. 이는 인터뷰 과정에서 다수가 만화책을 구매하는 비용과 모바일에서 감상하는 비용에 큰 차이가 없음을 지적했기 때문이다. 결제 서비스는 가입 전, 후 사용자의 요구에 따라 언제든 변경할 수 있도록 구성하였다. 셋째, 본 서비스를

통해 가장 일본에서 연재 되는 속도와 차이가 없도록 번역하고 업로드 하는 서비스를 제안한다. 이는 국내의 불법 만화 공유사이트는 일본에서 연재되는 만화를 공식 플랫폼 보다 더 빠르게 제공하기 때문에, 사용자는 불법임을 인지하고도 이용하기 때문이다.

본 연구는 상기에서 제안하는 플랫폼을 통해 일본만화를 감상하는데 있어 합법적으로 사용자들이 감상하고, 금전적으로 부담이 없으며, 일본만화의 저작권자와 유통사, 플랫폼 제공사 모두가 긍정적인 이윤을 창출할 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 김선진.(2015). 온라인 동영상 음악서비스 및 미디어 이용현황과 전망, 한국디지털콘텐츠학회, 16(1), 138-141.
- 김영동.(2018, 5). 국내 최대 웹툰 불법유통 누리집 ‘밤토끼’ 운영자 구속, 한겨레
- 김영상.(2018, 11). 밤토끼 폐쇄 6개월... 불법웹툰서비스 들어가보니, 머니투데이뉴스
- 김영주.(2015). OTT 서비스 확산이 콘텐츠 생산, 유통, 소비에 미친 영향에 관한 연구. 방송문화연구, 27(1), 80-81.
- 김태원.(2018, 2). 네이버·카카오 웹툰 잡아먹은 ‘밤토끼’, 유료 플랫폼까지 당했다, 일요신문
- 김태준.(2017, 11). 청와대도 논란 ‘불법 만화 공유 사이트’ 마루마루의 어마어마한 광고 수입, 오픈뉴스
- 문화천.(2011). 음악산업과 디지털 기술의 융합에 따른 시장환경 변화 연구 - 융합에 의한 문제점을 중심으로, 단국대학교 석사학위논문
- 문화체육관광부.(2018, 7). 해외불법사이트, 더 이상 저작권 보호 사각지대 아니다, 저작권보호과
- 박지현, 윤기승, 전경표.(2013). 콘텐츠 보호를 위한 스트리밍 서비스 방안 연구, 한국콘텐츠학회, 1, 198-201.
- 서기만.(2015). OTT 서비스의 이해와 전망. 방송과미디어, 16(1), 91-101.
- Lawrence Lessing.(2004). Free culture. Penguin press
- Michele Boldrin & Davide Levine.(2013). 지식의 독점에 반대하다, 에코리브르

