



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2024년 2월
석사학위 논문

인스타툰의 시각적 연출 특징 연구

- 연구자의 창작 인스타툰 '서코-믹' 을 중심으로 -

조선대학교 대학원

만화애니메이션학과

윤 석 호

인스타툰의 시각적 연출 특징 연구

- 연구자의 창작 인스타툰 '서코-믹' 을 중심으로 -

A Study on the
Characteristics of Visual Directing of Instatoon
- Focusing on the Researcher's Instatoon 'seo co-mics' -

2024년 2월 23일

조선대학교 대학원

만화애니메이션학과

윤 석 호

인스타툰의 시각적 연출 특징 연구

- 연구자의 창작 인스타툰 ‘서코-믹’을 중심으로 -

지도교수 황 중 환

이 논문을 만화애니메이션학 석사학위신청 논문으로 제출함

2023년 10월

조선대학교 대학원

만화애니메이션학과

윤 석 호

윤석호의 석사학위논문을 인준함

심사위원장 김 일 태 (인)

심사위원 황 중 환 (인)

심사위원 박 경 표 (인)

2023년 12월

조선대학교 대학원

목차

ABSTRACT

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	1
제2절 연구 방법	3
제3절 선행 연구	4
1. 선행 연구 조사	4
2. 선행 연구 결과	11
제2장 인스타툰	12
제1절 인스타툰 개념	12
1. 인스타툰 정의	12
2. 국내·외 인스타툰 사례	13
제2절 인스타툰 특징	15
1. 콘텐츠 이용 방법	16
가. 매체별 접근	16
나. 태그를 통한 접근	17
다. 준사회적 상호작용을 통한 접근	18
2. 연출의 제한	19
가. 이미지 보기 형식	19
나. 이미지 비율	20
다. 이미지 업로드	21
3. 다양한 작품 형식 및 활용	22
가. 인스타툰 작품 형식	22

나. 인스타툰 활용	25
제3절 인스타툰의 시각적 연출 특징	26
1. 인스타툰 사례 분석	26
가. 대상 선정 및 분석 방법	26
나. 분석 내용	29
(1) 캐릭터	29
(2) 배경	30
(3) 레이아웃	31
① 컷	31
② 말풍선	32
③ 표제	34
(4) 채색	34
(5) 서체	35
다. 분석 결과	36
(1) 단순성	39
(2) 명료성	39
제4절 본인 작품 ‘서코-믹’ 제작	40
1. ‘서코-믹’ 기획 및 콘셉트	40
2. ‘서코-믹’ 시각적 연출	43
가. 캐릭터	43
나. 배경	45
다. 레이아웃	46
(1) 컷	46
(2) 말풍선	47
(3) 표제	48
라. 채색	49
마. 서체	50

3. ‘서코-믹’ 업로드 및 이용자 반응	51
가. 업로드	51
(1) 단순성	52
(2) 명료성	52
나. 이용자 반응	55
제3장 결론	57
참고문헌 및 자료	
국문초록	

표 목차

표[1] 국내 인스타툰 관련 게시물 수	2
표[2] 인스타툰 관련 석사 학위논문	6
표[3] 인스타툰 관련 학술논문	8
표[4] 해외 인스타툰 관련 게시물 수 (일본어)	13
표[5] 해외 인스타툰 관련 게시물 수 (영어)	14
표[6] 매체별 인스타툰 형식	16
표[7] 네이버 웹툰 보기 형식	20
표[8] 인스타툰 기본 컷 구성	21
표[9] ‘며느라기’	25
표[10] 인스타툰 굿즈 & 이모티콘	26
표[11] 팔로워 10만 이상 국내 인스타툰 작가 현황	27
표[12] 인스타툰 연출 기본 분석표	28
표[13] 서체 연출	13
표[14] 인스타툰 연출 분석 결과표	37
표[15] 인스타툰의 시각적 연출 특징	40
표[16] ‘서코-믹’ 참고 자료	43
표[17] ‘서코-믹’ 주요 캐릭터	44
표[18] 제작 초기 ‘서코-믹’ 배경 연출	45
표[19] ‘서코-믹’ 배경 연출	46
표[20] ‘서코-믹’ 컷 연출	47
표[21] ‘서코-믹’ 말풍선 연출	48
표[22] ‘서코-믹’ 표제 연출	49
표[23] ‘서코-믹’ 채색 연출	50
표[24] ‘서코-믹’ 시각적 연출	53
표[25] ‘얼죽아’	55
표[26] ‘고구마 러버’	56

그림 목차

그림[1] 2021·2022 만화·웹툰 감상 시 주 이용 플랫폼 상위 10곳	2
그림[2] 인스타그램 관련 연구 실태	3
그림[3] 2022 만화·웹툰 이용자 실태조사	4
그림[4] 2022 인터넷 이용자 조사	5
그림[5] 인스타그램 사례	13
그림[6] 인스타그램 전시 및 공모전	13
그림[7] ‘마메(まめ)’ 인스타그램	15
그림[8] 해시태그	17
그림[9] 계정태그	18
그림[10] ‘이숨’ 인스타그램	19
그림[11] 인스타그램 이미지 보기 형식	19
그림[12] 인스타그램 이미지 비율	21
그림[13] ‘어떤마음’	22
그림[14] 인스타그램 사연 및 제보	22
그림[15] ‘러브동동’ 인스타그램	23
그림[16] ‘조인섭 이훈 전문 변호사의 다이어리’	24
그림[17] ‘배성태’ 인스타그램	24
그림[18] 명랑만화체 캐릭터	30
그림[19] 반극화체 캐릭터	30
그림[20] 배경 연출	31
그림[21] 컷 연출	32
그림[22] 이미지 비율 연출	32
그림[23] 말풍선 연출	33
그림[24] ‘멍디’ 인스타그램	33
그림[25] 표제 연출	34
그림[26] 유채색 연출	35
그림[27] 무채색 연출	35
그림[28] ‘서코-믹’ 콘셉트 이미지	41

그림[29] ‘서코-믹’ 아이디어 콘티-----	42
그림[30] 캐릭터 ‘서코’ 특징-----	44
그림[31] ‘서코-믹’ 서체 연출-----	51
그림[32] ‘가끔’ -----	52
그림[33] ‘대학원생이 무서워하는 것 1’ -----	53

ABSTRACT

A Study on the Characteristics of Visual Directing of Instatoon - Focusing on the Researcher's Instatoon 'seo co-mics' -

Yoon Suk Ho

Advisor : Prof. Hwang Joong Hwan

Department of comics & Animation

Graduate School of Chosun University

In the 21st century, with the development of digital technology, contents such as comics, animations, games, movies, and music have become digitalized and one-person media online platforms such as YouTube and TikTok and social media such as Facebook, Instagram, and Twitter have emerged. Following this contents have developed in various forms.

Among them, 'Instatoon' is a digital comics content that is being serialized on Instagram, a social media based on images. It is also called 'SNS (Social Network System) Webtoon.' Instatoon is one of the digital cartoon contents that are actively appearing in the online and offline space through web dramas, publications, exhibitions, and competitions in Korea and is receiving a lot of public attention. However, existing research related to Instatoon is minimal, and there are not many studies related to directing and production. Therefore, this researcher determined that there was a need for research on the direction and production of Instatoon, and the following research results were derived through a study on the characteristics of visual direction of Instatoon.

There are two representative characteristics that appear in Instatoon's visual direction: 'simplicity' and 'clarity'.

'Simplicity' appears in Instatoon, for example in characters and backgrounds,

as the form that arouses the curiosity of Instatoon users and makes the audience feel familiarity through the simplification of image forms and descriptions. In addition, through monochromatic or monotonous chromatic and achromatic production such as black, gray, and screen tones, Instatoon users can easily take in the art, and cuts of the same size are simply repeatedly arranged at regular intervals to give a sense of stability in the production,

'Clarity' is shown in a form that enhances transmission and readability by minimizing visual directing elements such as characters, backgrounds, layout (cut, speech bubble, title), color, and font. This clarity makes it easier for users to understand Instatoon by simply directing it clearly through moderation or omission of formative and symbolic expressions. In addition, it uses a typeface with a balanced and clear shape such as a base body (myeongjo series) and a raised body (Gothic series), characters and layouts (cut, verbal style, title) are arranged regularly and clearly to give a sense of stability in the production.

This researcher produced their own work 'seo co-mics' based on the visual directing characteristics of the Instatoon explained above. Some of the work produced was uploaded to the researcher's Instagram account to check users' responses and derive the following results. First, Instatoon is more popular the simpler the subject matter of the story is and this way the easier it is to gain users' attention and empathy. Second, the clearer the visual direction of Instatoon, the higher the delivery and readability, making it easier for users to understand the content. Third, continuous communication with users through comments or direct messages (DMs) changes users from passive to active audiences and forms a fandom of the work.

In modern society, digital content is gradually becoming shorter and simpler, such as 'YouTube shorts' and 'TikTok'. In addition, instead of staying in one place with devices such as computers and laptops, it is more easily and conveniently enjoyed in various ways by moving around through digital portable devices. During this change in digital content, this researcher suggests some of the directions for Instatoon and digital comics content to go forward through research on the visual directing characteristics of Instatoon, and they hope that this study will

be helpful as reference for the creation and direction of Instatoon and digital comics content.

Keywords: Instatoon, Instagram, SNS, Webtoon, Social media

제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적

21세기, 디지털 기술이 발달하면서 만화, 애니메이션, 영화, 음악 등의 콘텐츠들이 디지털화되고 유튜브(YouTube), 틱톡(TikTok), 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram) 등과 같이 다양한 플랫폼을 통해 콘텐츠를 즐길 수 있게 되면서 여러 형식의 디지털 콘텐츠가 나타나고 있다.

그 중 ‘인스타툰(Instatoon)’은 컴퓨터, 스마트폰, 태블릿PC 등 디지털 휴대기기를 활용하여 시간과 장소에 구애받지 않고, 소셜미디어인 ‘인스타그램(Instagram)’을 통해 짧은 시간에 즐길 수 있는 만화 콘텐츠로 ‘스낵 컬처(Snack Culture)’¹⁾ 중 하나다. 인스타툰은 바쁘고 복잡함에 지친 현대인들의 ‘니즈(Needs)’²⁾에 맞추어 복잡하지 않으며 짧은 시간 안에 많은 콘텐츠를 빠르게 감상할 수 있고 정확한 내용 전달을 위해 단순한 서사와 그림체, 일상적 소재 등을 바탕으로 제작되고 있다.

한국콘텐츠진흥원에서 조사한 2022 만화·웹툰 이용자 실태조사에 따르면 만화·웹툰 이용자 중 인스타그램을 통해 관련 콘텐츠를 이용하고 있다고 응답한 이들은 그림[1]과 같이 2021년 기준 5.9%로 나타났으며 2022년도에는 5.6%가 증가해 11.5%로 나타났다. 이 수치는 포털 사이트이면서 웹툰 플랫폼인 네이버, 다음(카카오)과 온라인 만화 전문 플랫폼인 레진 코믹스, 탑툰 등을 제외하면 가장 높은 수치로 이용자들이 만화·웹툰을 전문으로 하는 중소 만화 플랫폼보다 소셜미디어인 인스타그램을 통해 관련 콘텐츠를 더 많이 이용하고 있으며, 과거 전문 플랫폼 위주의 콘텐츠 접근 방식에서 인스타그램처럼 더 다양한 플랫폼과 방법을 통해 디지털 만화 콘텐츠를 이용하고 있는 것을 알 수 있다.

이와 같이 인스타그램을 통해 연재되고 있는 ‘인스타툰’은 현재 표[1]와 같이 2023년

1) 스낵 컬처는 ‘과자’를 의미하는 ‘스낵(Snack)’과 ‘문화’를 의미하는 ‘컬처(Culture)’의 합성어로 편하게 먹을 수 있는 스낵처럼 가벼운 볼거리를 짧은 시간에 소비하는 문화를 뜻한다. 2007년 미국 정보통신 전문 잡지 와이어드에서 처음 등장한 단어로 본래는 지하철역이나 병원 등에서 이루어지는 작은 음악회, 직장인 점심 시간 등과 같은 자투리 시간에 즐길 수 있는 문화 공연이나 레포츠 등에서 시작됐다. 2010년 전후로 통신이 빠르게 발전하면서 디지털 휴대기기가 대중화되고, 정보량이 폭발적으로 증가하면서 확산됐다.

출처 : 네이버 지식백과, ICT 시사상식 2017, ‘스낵 컬처’

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=3586123&cid=59277&categoryId=59283>

2) 생활자의 생리적, 신체적 욕구란 뜻으로 단순한 욕구나 결핍 되어 있는 것을 채우고 싶다고 생각을 총칭한다.

출처 : 네이버 지식백과, 패션전문자료사전, ‘니즈’

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=276117&cid=50294&categoryId=50294>

4월 기준 174만 개의 게시물이 인스타그램에 업로드(Upload)³⁾되어 있으며, 만화·웹툰 관련 콘텐츠까지 포함하면 약 635.3만 개의 게시물이 인스타그램에 업로드될 정도로 인스타그램 내에서 만화 관련 콘텐츠가 활발하게 연재 및 업로드(Upload)되고 있다.

그림 [1] 2021·2022 만화·웹툰 감상 시 주 이용 플랫폼 상위 10곳



출처: 한국콘텐츠진흥원 (Kocca)

표[1] 국내 인스타툰 관련 게시물 수⁴⁾

검색어 (해시태그)	게시물 수
인스타툰	174만
만화	168만
웹툰	130만
일상툰	126만
공감툰	37.3만

출처: 인스타그램 (Instagram)

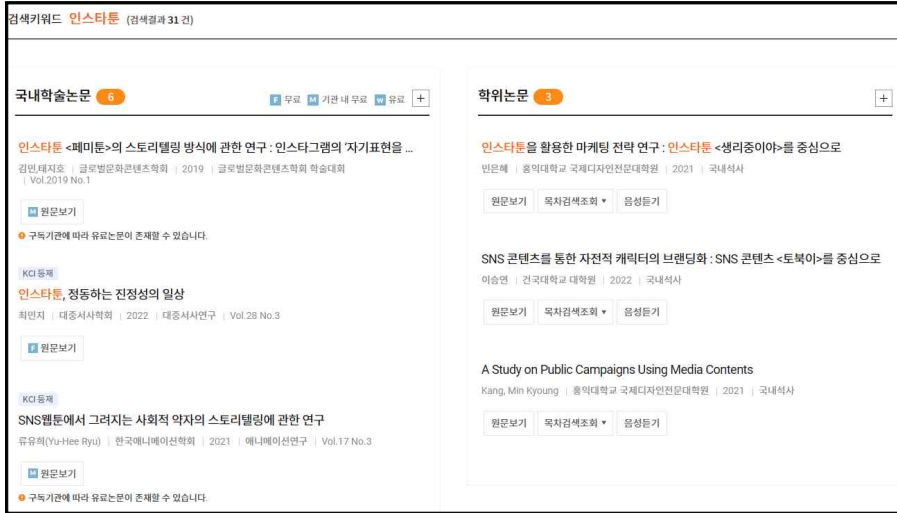
하지만 현재 ‘인스타툰’ 과 관련해서 진행된 연구는 그림[2]과 같이 주로 인스타툰의 가능성, 흐름, 마케팅 등으로, 인스타툰의 연출 및 제작에 관련된 연구는 미흡한 상태

3) 표[1] 참고

4) 2023년 4월 24일 기준, 본 연구자가 인스타그램 내에서 직접 조사한 자료다.

다.5) 따라서, 본 연구자는 ‘인스타툰의 시각적 연출 특징’ 연구를 통해 ‘인스타툰’을 고찰하고 인스타툰에 나타나는 시각적 연출 특징을 정의하여 디지털 만화 콘텐츠가 나아가야 할 방향을 일부 제시하는 등 소셜미디어 만화 콘텐츠 제작의 참고 자료로서 이와 같은 연구를 진행했다.

그림 [2] 인스타툰 관련 연구 실태



출처: 학술연구정보서비스 (RISS)

제2절 연구 방법

본 연구는 작품 제작 연구로 ‘인스타툰의 시각적 연출 특징’의 연구 결과를 도출하기 위해 선행 연구, 문헌 조사, 사례 분석, 작품 제작 순으로 연구를 진행했다.

본 연구에 앞서 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 2022 만화·웹툰 이용자 실태 조사와 나스미디어에서 조사한 2022 인터넷 이용자 조사, 학술연구정보서비스(RISS)에 등록된 인스타툰 관련 학위, 학술논문을 토대로 인스타툰의 선행 연구를 진행했다. 선행 연구를 통해 도출한 연구 결과와 문헌 조사를 통해 인스타툰을 고찰한 후 그 개념 및 특징을 정의했다.

본 연구자는 사례 분석을 통해 인스타툰의 시각적 연출 특징을 도출하기 위해 사례 분석 대상으로 인스타그램 내에서 팔로워 10만 이상을 보유하고 있는 국내 인스타툰 작가 25명의 작품을 선정했으며 인스타툰의 시각적 연출 요소인 캐릭터, 배경, 레이아웃(컷, 말풍선, 표제), 채색, 서체를 바탕으로 본 연구자가 직접 정리하여 작성한 인스타

5) 8 페이지 참고

문의 기본 연출 분석표를 통해 인스타툰의 시각적 연출 특징을 분석했다.

이와 같이 사례 분석을 통해 국내 인스타툰 작가들의 작품에서 나타나는 인스타툰의 시각적 연출 특징을 정리했으며 도출된 결과들을 바탕으로 본 연구자의 자전적 이야기를 담은 인스타툰 ‘서코-믹’을 제작하는 것으로 본 연구를 마무리했다.

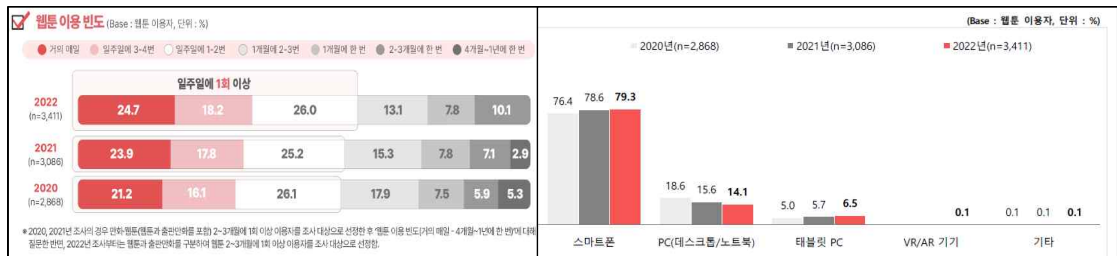
제3절 선행 연구

1. 선행 연구 조사

본 선행 연구는 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 2022 만화·웹툰 이용자 실태조사와 나스미디어에서 조사한 2022 인터넷 이용자 조사, 학술연구정보서비스(Riss)에 등록된 인스타툰 관련 학위, 학술논문을 바탕으로 연구를 진행했다.

한국콘텐츠진흥원에서 조사한 2022 만화·웹툰 이용자 실태조사⁶⁾에 따르면, 일주일에 1회 이상 만화·웹툰을 이용하고 있다고 응답한 국내 이용자는 2020년도에 63.4%가 조사 되었으며 2021년도에는 3.5%가 증가한 66.9%, 2022년도에는 2%가 더 증가해 68.9%가 일주일에 1회 이상 만화·웹툰을 이용하고 있다고 응답했다. 만화·웹툰 이용 시 주사용 기기로는 스마트폰을 가장 많이 사용하고 있었고 다음으로 PC(컴퓨터/노트북), 태블릿PC, VR/AR 기기 순으로 만화·웹툰을 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 스마트폰, 태블릿PC 등 디지털 휴대기기를 사용해 만화·웹툰을 이용하고 있다고 응답한 응답률은 2020년부터 2022년까지 꾸준히 증가하고 있으며 반면에 컴퓨터, 노트북과 같이 PC를 사용해 만화·웹툰을 이용하고 있다고 응답한 응답률은 2020년부터 2022년까지 계속 감소하고 있는 것으로 조사 되었다.

그림 [3] 2022 만화·웹툰 이용자 실태조사

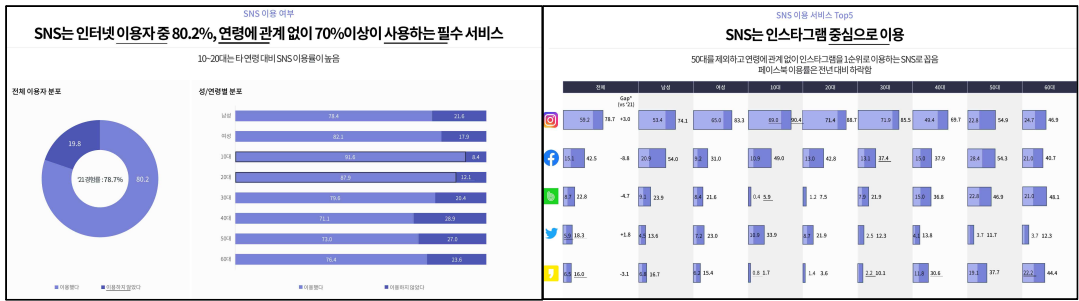


출처: 학술연구정보서비스 (Riss)

6) 그림 [3] 참고

나스미디어에서 조사한 2022 인터넷 이용자 조사기에 따르면 국내 인터넷 이용자 중 80.2%가 SNS(Social Network System)를 이용하고 있으며 그중 10대~20대가 다른 연령대 대비 SNS를 많이 이용하고 있는 것으로 조사 되었다. 또한, SNS 이용자들은 인스타그램, 페이스북, 네이버 밴드, 트위터, 카카오토티 순으로 많이 이용하고 있으며 50대를 제외한 나머지 10대에서 60대는 인스타그램을 가장 많이 이용하고 있는 것으로 조사 되었다.

그림[4] 2022 인터넷 이용자 조사



출처: 나스미디어 (Nasmedia)

학술연구정보서비스(RISS)에 등록되어 있는 인스타툰 관련 연구자들의 연구 내용은 다음과 같다.⁸⁾

‘인스타툰’ 관련 학위논문에서 민은혜(2021)는 「인스타툰을 활용한 마케팅 전략 연구 : 인스타툰 ‘생리 중이야’ 를 중심으로」 를 통해, 인스타툰을 활용해 예비 소비자인 팔로워들과 활발히 소통하는 것으로 브랜드의 이미지를 더욱 친숙하게 변화시킬 수 있으며 인스타툰을 어떠한 형태로 브랜드 스토리텔링을 하느냐에 따라 소비자의 인식과 반응, 공감의 정도가 달라지고, 타 브랜드와의 차별화가 가능하다고 주장했다. 강민경(2021)은 「미디어 콘텐츠를 활용한 공공캠페인 연구」 에서, 공공캠페인에 대한 사람들의 관심도와 주목도를 높이기 위해 핵심 플랫폼으로 소셜미디어를 선택하여 최신 미디어 트렌드 중 하나인 인스타툰을 통해 기존의 공공캠페인과 차별화를 두어 신선하고 색다른 방식으로 사람들에게 공공장소에서의 민폐 행동 유형을 인식시키고자 했다. 이승연(2022)은 「SNS 콘텐츠를 통한 자전적 캐릭터의 브랜딩화: SNS 콘텐츠 ‘토북이’ 를 중심으로」 를 통해, SNS를 통해 콘텐츠가 빠르게 소비되고 의사소통 및 사회관계가 다양하게 생겨나면서 SNS에서의 자전적 캐릭터는 다양한 콘텐츠 속 요소

7) 그림[4] 참고
8) 표[2], [3] 참고

로 사용되고 더 나아가 실제의 사회에 소통의 주체가 되기도 한다고 주장했다.

표[2] 인스타그램 관련 석사 학위논문

논문명	저자	내용	비고
	발행기관		
인스타그램을 활용한 마케팅 전략 연구 : 인스타그램 ‘생리 중이야’ 를 중심으로	민은혜 (2021)	-인스타그램을 활용하여 예비 소비자인 팔로워들과 활발한 소통을 하는 것으로 브랜드의 이미지를 더욱 친숙하게 변화시킬 수 있다.	-이 연구는 인스타그램을 활용한 마케팅 전략 연구로, 작품 제작을 통해 연구 결과를 도출했다는 점에서 본 연구자의 연구 방법과 일부 유사하지만, 본 연구자의 연구는 시각적 연출 특징분석에 연구의 목적을 두고 있다는 점에서 이 연구와 차이가 있다.
	홍익대학교 국제디자인 전문대학원 (석사 논문)	-인스타그램을 어떠한 형태로 브랜드 스토리텔링을 하느냐에 따라 소비자의 인식과 반응, 공감의 정도가 달라지며, 타 브랜드와의 차별화가 가능하다. -인스타그램이라는 새로운 장르의 콘텐츠가 생겨나 콘텐츠 소비시장에서 큰 주목을 받고 있음에도 이에 관한 연구는 아직 부족한 실정이다.	
미디어 콘텐츠를 활용한 공공 캠페인 연구	강민경 (2021)	-대다수의 공공캠페인 메시지는 이미 익숙하고, 다소 주제의 범위가 넓어 사람들의 인지도와 관심도가 높지 않다. 따라서 사람들의 관심도와 주목도를 높이는 방안으로 문화를 생산하고 확산시키기 위해 핵심 플랫폼 소셜미디어와 최신 미디어 트렌드 중 하나인 인스타그램을 통해 기	-이 연구는 인스타그램을 활용해 사람들에게 공공장소에서의 민폐 행동 유형을 더욱 효과적으로 인식시키는데 연구 목적을 두고 있으며 인스타그램의 시각적 연출 특징분석에 연구 목적을 두고 있는 본 연구자의 연구와 차이가 있다.
	홍익대학교 국제디자인 전문대학원 (석사 논문)		

		존의 공공캠페인과 차별화를 두어 신선하고 색다른 방식으로 사람들에게 공공장소에서의 민폐 행동 유형을 인식시키고자 했다.	
SNS 콘텐츠를 통한 자전적 캐릭터의 브랜딩화 : SNS 콘텐츠 ‘토복이’를 중심으로	이승연 (2022)	-SNS를 이용하여 빠르게 콘텐츠가 시청되고 의사소통하는 방법과 관계들이 다양하게 생겨나면서 실제 사회의 인간들과 소통하는 캐릭터 페르소나가 많아지고 있다.	-이 연구는 연구자의 자전적 캐릭터인 ‘토복이’를 활용한 캐릭터 브랜딩에 관한 연구로 캐릭터, 배경, 레이아웃(컷, 말풍선, 표제), 채색, 서체로 인스타그램의 시각적 연출 특징을 분석한 본 연구자의 연구와 차이가 있다.
	건국대학교 대학원 (석사 논문)	-SNS 콘텐츠 사례에서 자전적 캐릭터는 다양한 콘텐츠 속 요소로 사용되고 더 나아가 가상의 공간과 시간 속 인물이 실제의 사회에 소통의 주체가 되기도 한다.	

출처: 학술 연구 정보서비스 (RISS)

‘인스타그램’ 관련 국내 학술논문에서 김민, 태지호(2019)는 「인스타그램 ‘페미툰’의 스토리텔링 방식에 관한 연구:인스타그램의 ‘자기표현을 넘어선 실천적 참여’ 가능성」을 통해 인스타그램 ‘페미툰’은 간결한 표현방식과 DM(Direct Message), 댓글 등을 활용한 양방향 소통을 통하여 페미니즘 이슈를 다루고 있으며, 한국 사회의 성차별로 인한 문제점을 제시하고 페미니즘의 이슈를 공론화하는 것을 보았을 때 인스타그램 ‘페미툰’은 자기표현을 넘어 실천적 참여의 성격을 띤다고 주장했다. 이승희, 안현수(2020)는 「인스타그램이 데이트 폭력 편견에 미치는 영향과 그 과정에 관한 연구:뉴스 기사와의 비교를 중심으로」를 통해 인스타그램이 사회문제에 대해 문제를 제기하고 독자들이 이에 반응하여 작가와의 관계 혹은 수용자와의 관계 속에서 서로의 의견을 나누며 사회문제에 대한 인식이 바뀐다면 저널리즘의 사회적 역할에 일부 기여 및 보완적 역할로서 가능성이 있다고 주장했다. 강민경, 김보연(2021)은 「에티켓 공익광고의 수용 효과에 관한 연구」을 통해 인스타그램은 디지털 콘텐츠 트렌드로 주목받으며

기업의 마케팅 수단으로 활용되는 등 홍보 효과가 높고 인스타그램을 주요 매체로 콘텐츠를 제작함으로써 수용자가 접근하기 편리하고 자연스럽게 정보를 받을 수 있다고 주장했다. 이보혜, 윤기현(2021)은 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름-인스타툰을 중심으로-」를 통해 인스타툰은 해시태그와 구독을 통한 편리한 접근성, 향유에 의한 수익구조까지 창출하고 있으나 약한 지속성에 의한 휘발성과 형태에 의한 장르의 한계, SNS 이용자에 한정된 독자층, 어떤 형태의 새로운 SNS가 등장할지 모르는 위험성을 갖고 있다고 주장했다. 류유희(2021)는 「SNS 웹툰에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구」를 통해 인스타툰은 개인의 일상을 업로드(Upload)하는 자기표현의 수단이자 과시적 여가 활동을 넘어 사회문제의 해결을 위해서 불의를 재생산하고 사회제도와 구조를 비판할 수 있는 시민의 실천적 참여의 역할을 부여한다고 주장했다. 최민지(2022)는 「인스타툰, 정동하는 진정성의 일상」을 통해 인스타툰은 인스타그램의 매체 환경에 상당 부분 의존하기 때문에 따라오는 한계들이 있지만 인스타툰이 인스타그램에 연재되기 때문에 갖는 미학과 가능성 또한 존재하며 인스타툰의 미래는 인스타툰의 특징인 단순한 서사, 일상적 소재, 간단한 그림체 등을 극복하고, 복잡한 서사, 흥미로운 소재, 화려한 그림체 등을 발전시키는 것에 달린 것이 아닌 인스타툰의 특징을 적극적으로 긍정하며, 진정성의 정동을 더욱 다채롭고 힘 있게 일구어내는 것에 있다고 주장했다.

표[3] 인스타툰 관련 학술논문

논문명	저자	내용	비고
	발행기관		
인스타툰 ‘페미툰’의 스토리텔링 방식에 관한 연구 : 인스타그램의 ‘자기표현을 넘어선 실천적 참여’ 가능성	김민 태지호 (2019)	-인스타툰 ‘페미툰’은 간결한 표현방식과 다이렉트 메시지와 댓글을 활용한 양방향 소통을 통하여 페미니즘 이슈를 다루고 있으며, 한국 사회의 성차별로 인한 문제점을 제시하고 페미니즘의 이슈를 공론화하는 모습을 보인다. 이러한 형태를 보았을 때, 인스타툰 ‘페미툰’은 자기표현을 넘어 실천적 참여의 성격을 띠는 것을 보여준다.	-이 연구는 인스타툰의 스토리텔링 방식에 관한 연구로, 내용적 연출 연구다. 따라서, 시각적 연출을 중심으로 연구를 진행한 본 연구자의 연구와 차이가 있다.
	글로벌 문화콘텐츠학회		

인스타툰이 데이트 폭력 편견에 미치는 영향과 그 과정에 관한 연구 : 뉴스 기사와의 비교를 중심으로	이승희 안현수 (2020)	-인스타툰이 사회문제에 대하여 문제를 제기하고, 독자들이 이에 반응하여, 작가와의 관계 혹은 수용자와의 관계 속에서 서로의 의견을 나누며 사회문제에 대한 인식이 바뀐다면 저널리즘의 사회적 역할에 일부 이바지할 가능성이 있다고 볼 수 있다.	-이 연구는 인스타툰과 뉴스 기사와의 비교 분석을 통해 인스타툰의 저널리즘적 역할로서의 가능성에 관한 연구 내용을 담고 있어, 국내 인스타툰 작가들의 작품을 바탕으로 인스타툰의 시각적 연출 특징을 분석한 본 연구자의 연구와 차이가 있다.
	한국언론학회	-인스타툰이 저널리즘의 보완적 역할을 수행케 할 가능성이 있는 요인으로, 이야기 형태의 내러티브적 속성과 SNS로서 가지는 심리적 리얼리즘 속성, 그림이 가지는 감정적 속성이 3가지 매체 특성을 제시하였다.	
에티켓 공익광고의 수용 효과에 관한 연구	강민경 김보연 (2021)	-인스타툰은 디지털 콘텐츠 트렌드로 주목받으며 기업의 마케팅 수단으로 활용되고 있어 홍보 효과가 높다.	-이 연구는 인스타툰을 활용한 에티켓 공익광고에 관한 연구로 수용 효과에 관한 내용을 담고 있어, 인스타툰의 시각적 연출 특징에 초점을 둔 본 연구자의 연구와 차이가 있다.
	커뮤니케이션 디자인 학회	-인스타툰은 인스타그램을 주요 매체로 콘텐츠를 제작함으로써 수용자에게 접근의 편리함을 가져다주며 자연스럽게 정보를 제공할 수 있다.	
SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 -인스타툰을 중심으로-	이보혜 윤기현 (2021)	-인스타툰은 해시태그와 구독을 통한 편리한 접근성, 향유에 의한 수익구조까지 창출하고 있으나 약한 지속성에 의한 휘발성과 형태에 의한 장르의 한계, SNS 이용자에 한정된 독자층, 어떤 형태의 새로운 SNS가 등장할지	-이 연구는 인스타툰을 포함한 SNS 웹툰의 전반적인 흐름 및 특징에 관한 연구로, 기존 SNS 웹툰 작가들의 작품을 바탕으로 연구를 진행한 점에서 본 연구자의 연구 방
	한국 디자인 트렌드 학회		

		모르는 위험성을 갖고 있다.	법이 일부 유사하지만, 본 연구자의 연구는 국내 인스타그램 작가들의 작품을 통해 도출한 결과를 바탕으로 ‘서코믹’을 제작하여 이용자들의 반응 및 그 특징을 정리했다는 점에서 이 연구와 차이가 있다.
SNS 웹툰에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구	류유희 (2021)	-인스타그램의 가능성은 SNS에서 형성되는 가상공동체인 팬덤을 형성하여 전통적인 물리적 공동체와 마찬가지로 공동체에 참가하는 개인들에게 정서적 지원, 동료 의식, 유대감, 소속감, 정보 등 작가-독자 간, 독자-독자 간의 상호작용에서 발현된다.	-이 연구는 SNS 웹툰인 인스타그램에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구로, 이 연구에서 정리된 인스타그램의 개념 및 특징에 관한 연구 내용은 본 연구자 연구하여 정리한 내용과 일부 유사하지만, 이 연구는 인스타그램의 사회적 역할에 초점이 맞춰져 있다는 점에서 인스타그램의 시각적 연출에 초점을 두고 진행한 본 연구자의 연구와 차이가 있다.
	한국만화 애니메이션 학회	-인스타그램은 개인의 일상을 업로드는 자기표현의 수단이자 과시나 애착의 나르시시즘적 양상을 보이던 SNS의 과시적 여가 활동을 위한 플랫폼을 넘어 사회문제의 해결을 위해서 불의를 재생산하고 사회제도와 구조를 비판할 수 있는 시민의 실천적 참여의 역할을 부여한다. 이 과정들을 통해 독자들은 작품을 통한 사회문제에 대해 인식하고 공감하며, 사회적 담론으로 발전시키며 사회 구성원으로서 소임을 다한다.	
인스타그램, 정동하는	최민지 (2022)	-인스타그램은 인스타그램의 매체 환경에 상당 부분 의존하기 때문	

진정성의 일상	대중서사 학회	<p>에 따라오는 한계들이 존재한다. 하지만 인스타툰이 인스타그램에 연재되기 때문에, 오직 인스타툰만이 성취할 수 있는 미학과 가능성 또한 존재한다.</p> <p>-인스타툰의 미래는 인스타툰의 특징인 단순한 서사, 일상적 소재, 간단한 그림체 등을 극복하고, 복잡한 서사, 흥미로운 소재, 화려한 그림체 등을 발전시키는 것에 달린 것이 아닌 이런 인스타툰의 특징들을 적극적으로 긍정하면서, 진정성의 정동을 더욱 다채롭고 힘 있게 일구어내는 것에 있다.</p>	<p>-이 연구는 인스타툰의 진정성에 관한 연구로 인스타툰이 담고 있는 내용적 연출 특징을 바탕으로 진행한 연구다, 본 연구자의 연구는 인스타툰의 시각적 연출 특징을 바탕으로 진행한 점에서 이 연구와 차이가 있다.</p>
---------	------------	--	---

출처: 학술 연구 정보서비스 (RISS)

2. 선행 연구 결과

위와 같이, 선행 연구를 통해 도출한 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 국내 만화·웹툰 이용자들은 그림[3]과 같이 주로 일주일에 1회 이상 만화·웹툰을 이용하고 있으며 만화·웹툰 이용 시 PC(컴퓨터, 노트북)보다 이동하면서 간편하게 이용할 수 있는 스마트폰을 더 많이 사용하고 있다.

둘째, 국내 인터넷 이용자 중 80.2%가 SNS를 이용하고 있으며 50대를 제외한 10대에서 60대까지 인스타그램을 가장 많이 사용하고 있다. 또한 그림[1]과 같이 국내 만화·웹툰 이용자들은 네이버, 다음(카카오) 등의 대형 포털 사이트나 레진 코믹스, 탑툰과 같이 대형 만화 전문 플랫폼 다음으로, 소셜미디어인 인스타그램을 통해 만화·웹툰 및 관련 콘텐츠를 이용하고 있다.

셋째, 인스타툰은 SNS의 과시적 여가 활동을 넘어 사회문제의 해결을 위해 불의를 재생산하고, 사회제도와 구조를 비판할 수 있는 시민의 참여적 역할을 부여하고 있다. 이러한, 인스타툰은 인스타그램이라는 연재 환경으로 인하여 일부 한계를 갖고 있지만, 인스타그램에 연재되어 갖는 인스타툰만의 미학과 가능성 또한 있다.

이처럼 선행 연구를 통해, 이용자들의 SNS 및 만화·웹툰 이용실태와 인스타툰 관련

연구 진행 상황을 파악했다.

인스타툰은 현재 표[2], [3] 와 같이 연구자들에 의해 주로 흐름, 가능성, 마케팅 등으로 연구되어 왔으며 제작 및 연출에 관련된 연구는 미미한 상태였다.

따라서, 본 연구자는 인스타툰의 제작 및 연출에 관한 연구의 필요성이 있다고 판단했으며, 본 연구를 인스타툰의 연출 중 시각적 연출에 초점을 맞춰 진행한 점에서 흐름, 가능성, 마케팅 등으로 연구된 표[2], [3]의 인스타툰 연구와 차이가 있다.

제2장 인스타툰

제1절 인스타툰 개념

1. 인스타툰 정의

‘인스타툰(Instatoon)’은 개인 창작자, 단체, 기업 등이 홍보 또는 연재를 목적으로 소셜미디어 ‘인스타그램(Instagram)’⁹⁾의 독립된 계정을 통해 연재하고 있는 만화 콘텐츠를 말한다. 인스타툰은 ‘인스타그램’의 ‘인스타(Insta)’와 ‘웹툰(Webtoon)’의 ‘툰(Toon)’을 합쳐 만든 합성어로¹⁰⁾ ‘인스타그램 만화’를 의미한다.

‘인스타툰’의 주 독자층은 소셜미디어의 주 이용자¹¹⁾로, 인스타그램을 가장 많이 이용하고 있는 MZ세대¹²⁾다. 인스타툰은 만화의 장르와 형식에 따라, 만화를 의미하는 ‘툰’ 앞에 명사를 넣어 일상툰, 공감툰, 브랜드툰, 연애티툰, 사연 및 제보툰 등으로 구분하여 부르며, 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter)와 같이 SNS(Social Network Service) 중 하나인 인스타그램에서 연재되고 있는 인스타툰을 ‘SNS툰’ 또는 ‘SNS 웹툰’으로 부르기도 한다. 인스타툰은 디자인, 삽화, 만화 등 미술 분야의 전문 작가 뿐만 아니라 전문가가 아닌 일반인 또한 독립된 인스타그램 계정을 통해 자유롭게 ‘인

9) ‘인스타그램’ (Instagram)은 2010년 설립된 이미지 기반 소셜 미디어로, ‘즉석(卽席)’이라는 의미의 ‘Instant’와 ‘전보(電報)’라는 의미의 ‘Telegram’을 합쳐 만든 합성어다.

출처: 네이버 지식백과, 용어로 보는 IT, ‘인스타그램’

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=3579902&cid=59088&categoryId=59096>

10) 출처: 네이버 지식백과, PR 용어사전, ‘인스타툰’

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=6211407&cid=42266&categoryId=67997>

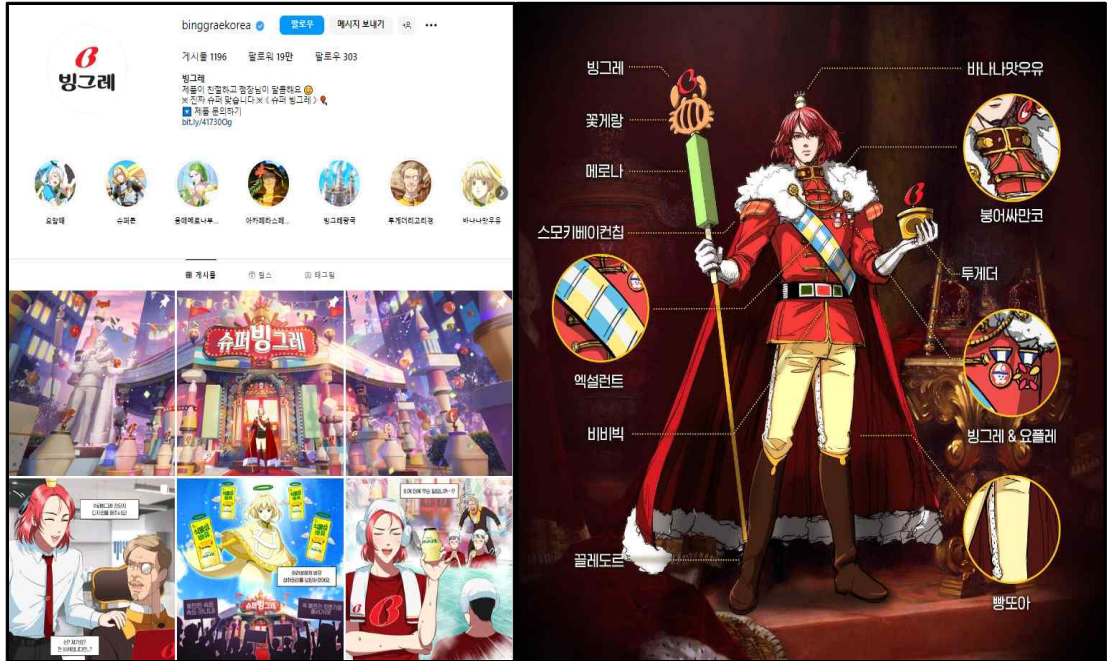
11) 나스미디어에서 조사한 <2022 인터넷 이용자 조사>에 따르면, SNS는 인터넷 이용자 중 80.2%가, 이 이용 중이며, 50대를 제외한 10~60대까지 인스타그램을 1순위로 이용하는 것으로 조사 되었다.

12) 1980년대 초~ 2000년대 초 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반~2000년대 초반 출생한 Z세대를 통칭하는 말이다. 출처: 네이버 지식백과, 시사상식사전, ‘MZ세대’

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667>

스타툰’을 연재할 수 있으며, 그림[5]과 같이 다양한 콘셉트(Concept)와 형식으로 실험적인 만화 콘텐츠가 인스타그램에서 연재되고 있다.

그림 [5] 인스타툰 사례 13)



출처: 인스타그램 ‘빙그레’ (@binggraeokorea) 계정

2. 국내·외 인스타툰 사례

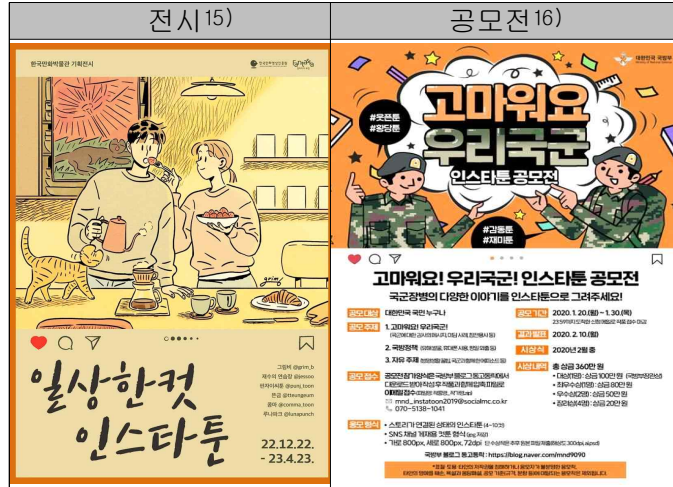
인스타툰은 그림[6]과 같이 2020년부터 2023년까지 국내에서 전시나 공모전 등 온라인뿐만 아니라 오프라인 공간에서 활발하게 개최되고 있으며 남녀노소 누구나 쉽게 이용하고 참여할 수 있어, 국내에서 ‘웹툰’과 같이 주목받고 있는 만화 콘텐츠 분야 중 하나다. 일본에서 또한, 작가, 일반인들에 의해 만화 콘텐츠가 인스타그램에 활발히 업로드 및 연재되고 있다. 일본에서는 인스타그램 만화를 의미하는 ‘인스타툰’이 주로 만화(漫画), 그림일기(絵日記), 에세이 만화(エッセイ漫画), 4컷 만화(4コマ漫画), 일상

13) 식품 제조회사인 ‘빙그레’의 공식 인스타그램 계정에 연재되고 있는 ‘인스타툰’으로, 제품 홍보를 목적으로 연재하고 있는 ‘브랜드툰’이다. 2020년 2월에 처음 연재를 시작했다. 2023년 9월 기준, 현재까지 ‘슈퍼 빙그레’라는 판타지 장르의 컨셉과 ‘빙그레우스 더 마시스’란 대표 캐릭터 등 ‘빙그레’ 제품과 관련된 다양한 캐릭터를 활용하여 연재하고 있다.

출처: 인스타그램, 빙그레 (@binggraeokorea) 계정
<https://www.instagram.com/binggraeokorea/>

만화(日常漫画) 등으로 해시태그 되어 업로드되고 있으며¹⁴⁾, 그중 일부 작품은 그림 [7]과 같이 한국어로 번역되어 출판되고 있다.

그림 [6] 인스타툰 전시 및 공모전



출처: 한국만화박물관, 국방부

표 [4] 해외 인스타툰 관련 게시물 수 (일본어)¹⁷⁾

검색어 (해시태그)	게시물 수
만화(漫画)	415만
그림일기(絵日記)	163만
에세이 만화(エッセイ漫画)	57.7만
4컷 만화(4コマ漫画)	49.2만
일상 만화(日常漫画)	35.8만
웹툰(ウェブトゥーン)	6215+
인스타툰(インスタトゥーン)	1000+

출처: 인스타그램 (Instagram)

14) 표 [4] 참고

15) 2022년 하반기에 <일상한컷 인스타툰>을 테마로 한국만화박물관에 인스타툰 기획전시가 2022년 12월 22일부터 2023년 4월 23일까지 운영되었으며, ‘그림비’(배성태), ‘재수의연습장’(재수), ‘콤마’(신동훈), ‘편자이씨툰’(염유진), ‘뜨금’(원예진), ‘루나파크’(홍인혜) 작가가 참여했다.

출처: 한국만화박물관, 기획전시, ‘일상한컷 인스타툰’

https://www.komacon.kr/comicmuseum/show/plan_view.asp?eh_no=136&mode=1&nowPage=1

16) 2020년부터 2023년 현재까지 국방부, 고용노동부 등 정부 기관이나 단체 등이 주최 및 주관하여 인스타툰 공모전이 개최되고 있다.

17) 2023년 11월 기준, 본 연구자가 인스타그램 내에서 직접 조사한 자료다.

그림 [7] ‘마메(まめ)’ 인스타툰



출처: 인스타그램 ‘마메’ (@bonjinname) 계정

또한, 인스타툰은 영어 문화권 국가에서 표[5]와 같이 주로 ‘만화’를 의미하는 ‘Manga’, ‘Comics’, ‘Cartoon’ 등으로 해시태그 되어 인스타그램에 업로드되고 있으며, 표[1], 표[4], 표[5]와 같이 국내뿐만 아니라 해외에서도 인스타그램을 통해 인스타툰뿐만 아니라 만화 관련 콘텐츠도 활발히 업로드 및 연재되고 있다.

표[5] 해외 인스타툰 관련 게시물 수 (영어)¹⁸⁾

검색어 (해시태그)	게시물 수
Manga	6,803만
Comics	3,346만
Cartoon	3,188만
Webtoon	382만
Instatoon	24.4만

출처: 인스타그램 (Instagram)

제2절 인스타툰 특징

18) 2023년 11월 기준, 본 연구자가 인스타그램 내에서 직접 조사한 자료다.

1. 콘텐츠 이용 방법

가. 매체별 접근

‘인스타툰’은 현대 사회 속에서 커뮤니케이션(Communication) 수단 중 하나로 사용되고 있는 소셜미디어 인스타그램을 통해 연재되고 있는 디지털 만화 콘텐츠로, 표[6]와 같이 PC(컴퓨터, 노트북)와 디지털 휴대기기(스마트폰, 태블릿PC) 등을 통해 인스타그램의 웹페이지(Webpage) 또는 앱(App)에 접속하여 감상할 수 있으며 출판물(책, 잡지 등)로도 감상할 수 있어, 장소에 구애받지 않고 ‘인스타툰’을 감상할 수 있다. 이러한 인스타툰은 네이버, 다음(카카오) 등 온라인 만화 플랫폼의 웹(Web)에 접속하거나, 앱(App)을 별도로 설치하지 않아도 기존에 사용했던 인스타그램을 통해 이용할 수 있어 편리하다.

표[6] 매체별 인스타툰 형식

인스타툰		
		
PC (컴퓨터, 노트북 등)	디지털 휴대기기 (스마트폰 등)	출판 (책, 잡지)

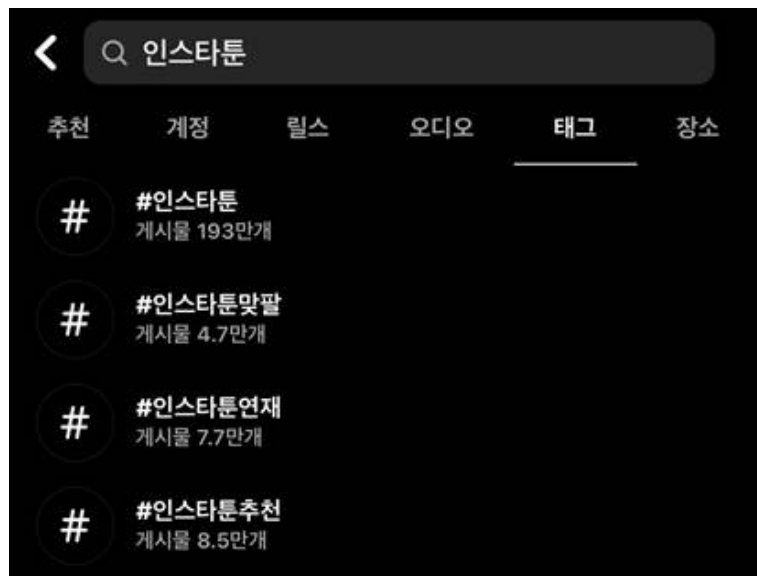
출처: 인스타그램 ‘키크니’ (@keykney) 계정

또한, 인스타툰의 연재 플랫폼인 인스타그램은 페이스북(Facebook)과 같은 모기업 ‘메타(Meta)’에 속해있어 인스타그램 계정을 페이스북 계정에 연동시킬 수 있다. 인스타툰 제작자가 연동된 계정을 이용하여 인스타그램에 인스타툰을 업로드 시 연동된 페이스북 계정에도 인스타툰이 자동 업로드된다. 이를 통해 인스타그램 이용자뿐만 아니라 페이스북 이용자 또한 인스타그램을 이용하지 않더라도 페이스북에서 인스타툰을 감상할 수 있는 등 인스타툰은 다양한 매체를 통해 접근하여 감상할 수 있다.

나. 태그를 통한 접근

인스타그램은 ‘해시태그(Hashtag)’와 ‘계정 태그(User-Tag)’라는 인스타그램 태그 기능을 통해, 이용자들이 쉽고 정확하게 인스타그램 및 관련 콘텐츠를 찾을 수 있다. 이러한 기능 중 ‘해시태그’는 게시물의 꼬리표와 같은 기능으로, 그림[8]과 같이 인스타그램과 관련된 단어 또는 문구 앞에 ‘#기호’를 넣어 태그(Tag)를 만든다. 해시태그는 인스타그램 이용자들이 원하는 ‘인스타그램’을 보다 정확하고 간편하게 찾을 수 있게 하며, 콘텐츠의 장르 또는 성격을 보여주는 필터(Filter)의 역할을 한다.

그림 [8] 해시태그

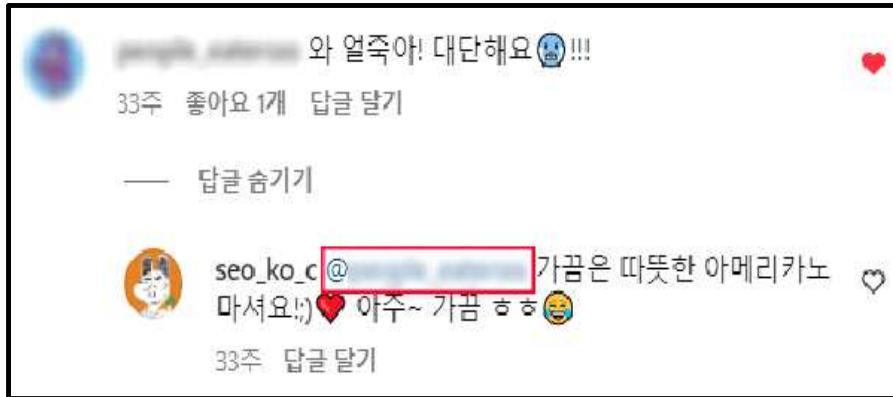


출처: 인스타그램 (Instagram)

‘계정 태그’ 기능은 그림[9]과 같이 인스타그램 이용자의 아이디 앞에 ‘@기호’를 붙여 만드는 태그로 인스타그램 제작자가 게시물과 관련된 인물을 태그 하거나 콘텐츠 이용자가 소통 및 공유의 목적으로 다른 이용자를 태그 하는 등 관련 ‘인스타그램’을 직접 검색하지 않아도 계정 태그를 통해 손쉽게 콘텐츠에 접근하여 감상할 수 있다.

인스타그램은 사람들이 일상생활 속에서 사용하고 있는 인스타그램이라는 소셜미디어에서 연재되고 있어 접근성이 뛰어나며, 인스타그램의 해시태그와 계정 태그 기능을 통해 가족, 친구, 연인 등 다양한 사람들과 의견, 생각, 경험, 관점, 정보 등을 소통하며 인스타그램을 이용할 수 있다.

그림 [9] 계정태그



출처: 인스타그램 '서코' (@seo_ko_c) 계정

다. 준사회적 상호작용을 통한 접근

인스타툰은 기존 웹툰과 달리 서로의 정보와 의견 등을 공유하고 소통을 목적으로 하는 소셜미디어 연재 환경 속에서 이용자들의 '준사회적 상호작용(Para-Social Interaction)'¹⁹⁾을 바탕으로 인스타그램 내에서의 인지도를 쌓고 있다.

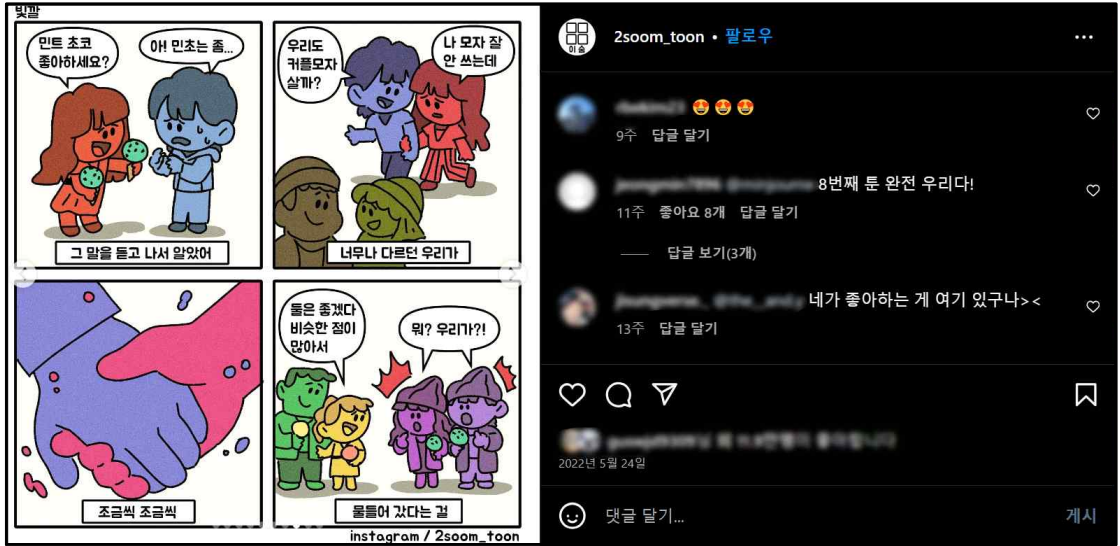
인스타툰의 준사회적 상호작용은 작품을 통해 정서적 감정을 공유하는 '정서적 상호작용(Affective interaction)', 작가에게 댓글로 의견을 남기거나 이용자 간에 댓글 기능을 통해 소통하는 '인지적 상호작용(Cognitive interaction)', 인스타툰 사연 제보와 이벤트 참가 등, 이용자가 직간접적으로 인스타툰에 참여하는 '행위적 상호작용(Behavioral interaction)'으로 구분할 수 있다. 인스타툰에서 이러한 준사회적 상호작용은 이용자들을 인스타툰에 더 깊게 빠져들게 하여 수동적 수용자에서 능동적 수용자로 변하게 하며, 소셜미디어 만화 콘텐츠만의 재미를 느끼게 한다.²⁰⁾

이러한 인지적, 정서적, 행위적인 준사회적 상호작용은 누구나 쉽게 작품에 다가갈 수 있고 자유롭게 소통할 수 있는 참여적 환경 속에서 일어난다. 그러므로 인스타툰은 그림 [10]과 같이 긴 호흡의 복잡한 장편 스토리보다 주로 짧은 에피소드 형식으로 선, 채색, 캐릭터, 배경 등 단순하고 간결한 연출을 통해 이용자들이 인스타툰을 쉽게 이해하고 공감할 수 있게 전달력과 공감도를 높이는 형식으로 제작되고 있다.

19) 정신분석학자 호튼과 월(Horton & Wohl, 1956)이 제시한 개념으로 가상세계의 미디어 속 존재에게 상상적 관계를 형성하는 상호작용을 의미한다. 하위 요인으로는 정서적 상호작용, 인지적 상호작용, 행위적 상호작용으로 구분할 수 있다.

20) 백중성, 「SNS웹툰에서 나타나는 참여적 특성 연구 -준사회적 상호작용을 중심으로-」, 『한국만화애니메이션학회』, (2022), 3-14 페이지 참고

그림[10] ‘이숨’ 인스타툰



출처: 인스타그램 ‘이숨’ (@2soom_toon) 계정

2. 연출의 제한

가. 이미지 보기 형식

‘인스타툰’은 인스타그램이라는 소셜미디어 환경 속에서 연재되고 있는 만화 콘텐츠로 인스타그램의 이미지 업로드 규정과 그 형식에 맞추어 제작해야 한다. 기본적으로 인스타그램의 이미지 보기 형식은 그림[11]과 같이 가로 페이지 형식으로 오른쪽에서 왼쪽으로 페이지를 넘겨보는 방식이다.

그림[11] 인스타그램 이미지 보기 형식



인스타툰은 이러한 인스타그램의 이미지 보기 형식에 맞추어 주로 가로 페이지 형식으로 제작되고 있는데, 이러한 형식은 기존 출판 만화와 보는 형식이 비슷해 인스타툰을 출판 등 2차 제작물로 제작 시 재편집이 쉬운 장점을 갖고 있지만, 표[7]와 같이 세로 스크롤 형식과 가로 페이지 형식으로 모두 볼 수 있는 웹툰에 비해 연출 및 제작에 제한적이다.

표[7] 네이버 웹툰 보기 형식



출처: 네이버 웹툰 '휴재일기' 21)

나. 이미지 비율

인스타그램의 이미지 비율은 그림[12]과 같이 1.91:1(가로형), 4:5(세로형), 1:1(정사각형) 3가지로, 너비는 350~1080픽셀(Pixel)²²⁾, 높이는 566~1350픽셀로 정해져 있어 인스타툰은 이러한 인스타그램의 이미지 비율에 맞게 제작해야 하며, 위의 이미지 비율보다 인스타툰을 저해상도로 제작하여 업로드 시, 인스타그램 내에서 320픽셀로 너비가 확대되고 고해상도로 작업하여 업로드 시 1080픽셀 너비로 축소되어 업로드²³⁾ 되기 때문에 다양한 이미지 비율로 인스타툰을 제작하기 어렵다.

21) 네이버 웹툰 '휴재일기'는 '컷툰' 형식의 웹툰으로, 네이버 웹툰에서 시험적으로 적용시키고 있는 모바일 전용 웹툰 게재방식이다. 2015년부터 시작해서 몇몇 작품들에 적용되고 있으며 네이버 웹툰 웹페이지에서는 세로 스크롤 형식으로 모바일 앱에서는 가로 페이지 형식으로 볼 수 있다.

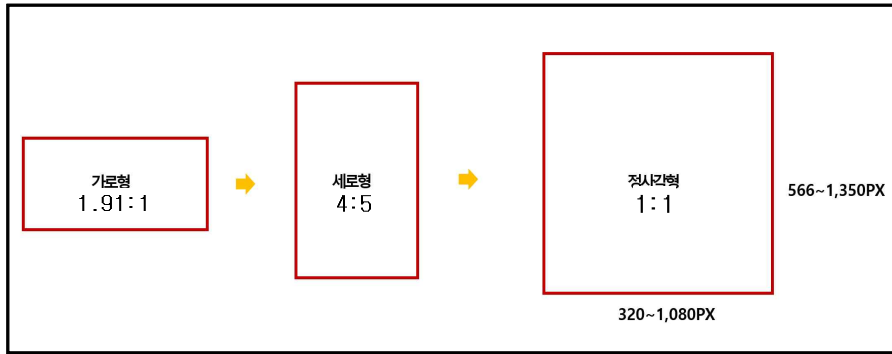
22) '픽셀'은 컴퓨터, TV, 모바일 기기 등의 화면 이미지를 구성하는 최소 단위로 영어로는 그림(Picture)의 '원소(element)'라는 뜻이며 '화소(畫素)'라고도 한다.

출처: 네이버 지식백과, 시사상식사전, '픽셀'

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=73815&cid=43667&categoryId=43667>

23) 출처: 인스타그램 고객센터, 'Instagram에서 공유하는 사진의 이미지 해상도'

그림 [12] 인스타그램 이미지 비율



출처: 인스타그램 (Instagram)

다. 이미지 업로드

인스타그램은 1회 업로드 시 10장 이하로만 이미지를 업로드 할 수 있는 인스타그램의 이미지 업로드 규정으로 스토리와 그림 연출에 있어서 제한적이다. 이러한 점을 보완하기 위해 인스타그램 제작자들은 표[8]와 같이 한 장에 1~4컷(Cut)으로, 1회 업로드 시 최소 1컷에서 최대 40컷 이상의 컷을 구성하여 인스타그램을 제작하고 있다. 1장에 4컷 이상의 컷을 연출할 경우, 컷 수가 늘어날수록 연출의 산만함이 생기고 이미지 비율과 다르게 업로드되는 경우도 발생해 인스타그램 제작자들은 주로 그림[13]과 같이 10장 이내에서 기본적인 컷 연출을 통해 인스타그램을 제작하고 있다.

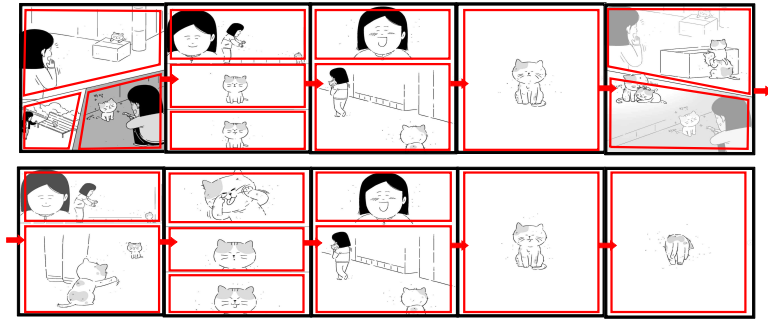
표[8] 인스타그램 기본 컷 구성

	1컷	2컷		3컷		4컷
컷						

위와 같이 인스타그램은 인스타그램의 이미지 보기 형식, 비율, 업로드 규정 등의 제한적인 특징으로 긴 호흡의 장편 스토리 연출이 어렵고, 1장에 연출할 수 있는 컷 수가 한정적이지만 그림[13]과 같이 일상, 공감, 연애 등의 일상생활 속 이야기와 단조로운 컷 연출을 통해 연출의 한계를 일부 보완하여 인스타그램 이용자들이 쉽게 이해하고 공감할 수 있게 제작되고 있다.

https://help.instagram.com/1631821640426723/?helpref=search&query=%EC%9D%B4%EB%AF%B8%EC%A7%80&search_session_id=710782c70ef8150eed4c1218f919b38d&sr=0&locale=ko_KR

그림[13] ‘어떤 마음’



출처: 인스타그램 ‘키크니’ (@keykney) 계정

3. 다양한 작품 형식 및 활용

가. 인스타툰 작품 형식

인스타툰은 제한적 특징으로 장르적, 연출적 한계를 갖고 있지만 인스타그램이라는 소셜 미디어 연재 환경 속에서 다양한 형식 및 시도를 통해 인스타툰 작품들이 제작되고 있다.

2023년 6월 기준 가장 많은 팔로워 수를 보유하고 있는 인스타툰 대표작가 ‘키크니(@keykney)’ 는 그림[14]과 같이 사람들의 사연 등을 제보받아 ‘키크니의 무엇이든 그려드립니다!’ 와 ‘키크니의 사연을 그려드립니다!’ 라는 인스타툰을 연재하고 있다.²⁴⁾ 키크니는 사람들이 보내준 사연 및 제보에 본인만의 만화적 연출과 유머를 추가해서 인스타툰을 제작하고 있다. 키크니는 이러한 시도를 통해 작가 본인 이야기 위주의 기존 인스타툰 틀에서 벗어나 다양한 사람들의 이야기를 바탕으로 인스타툰을 제작함으로써 인스타툰의 스토리 연출과 장르적 한계를 일부 보완하고 있다.

그림[14] 인스타툰 사연 및 제보

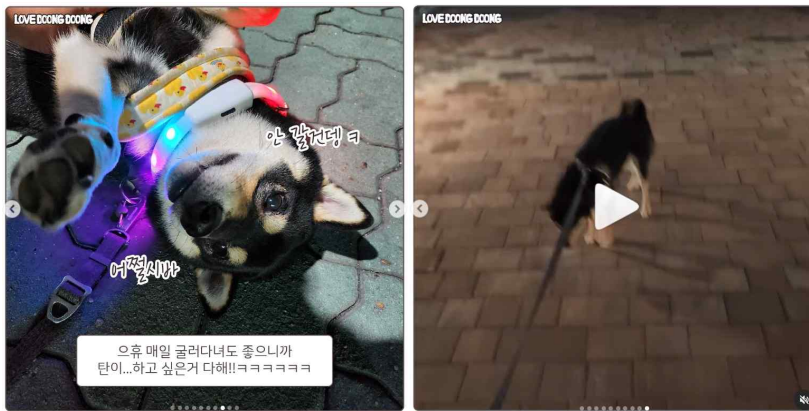


출처: 인스타그램 (좌) ‘키크니’ (@Keykney), (우) ‘러브동동’ (@love_doong.doong) 계정

24) 그림[14] (좌) 이미지 참고

애완동물을 소재로 인스타툰을 제작하고 있는 ‘러브동둥(@love_doong.doong)’은 키크니 같이 사람들의 사연과 제보를 통해 인스타툰을 제작하고 있지만²⁵⁾ 사연과 제보뿐만이 아닌 그와 관련된 사진과 영상 등을 제보자로부터 같이 받아 그림[15]과 같이 인스타툰 연출에 사용하고 있다는 점에서 키크니와 차이가 있다. 러브동둥은 사진과 영상을 활용한 인스타툰 연출을 통해 인스타툰의 사실감과 공감도를 높이고, 10장 이내의 한정된 장수 안에서 1화 분량의 인스타툰을 연출해야 하는 제한적인 부분 또한 일부 보완하고 있다. 이처럼 러브동둥은 사진과 영상을 통해 적은 수의 컷 연출로도 독자들이 인스타툰을 쉽게 이해하고 공감할 수 있게 효과적으로 인스타툰을 연출하여 제작하고 있다.

그림[15] ‘러브동둥’ 인스타툰²⁶⁾



출처: 인스타그램 ‘러브동둥’ (@love_doong.doong) 계정

‘조인섭 변호사’와 박은선, 양모 작가가 함께 제작하고 있는 ‘조인섭 이혼 전문 변호사의 다이어리(@insup_cho)’는 조인섭 변호사의 실제 의뢰받은 사건과 경험 등을 바탕으로 일부 각색하여 그림[16]과 같이 제작되고 있다. 이혼 과정 및 관련 법률에 관한 내용을 담고 있는 이 작품은, 일상 속 이야기 중에서 이혼이란 주제로 인스타툰으로 제작하고 있는 점에서 일반적인 인스타툰과 차별성을 갖고 있다. 또한, 이 작품은 기존 인스타툰과 같이 한 명의 작가가 혼자서 전부 제작하는 것이 아닌 글과 그림을 담당하는 2명의 작가와 관련 분야의 전문가가 팀을 이루어 인스타툰을 제작함으로써 인스타툰 이용자들이 사실감과 전문성을 느끼게 하여 작품의 공감도를 높이고 있다.

25) 그림[14] (우) 이미지 참고

26) (좌) 사진, (우) 영상 이미지

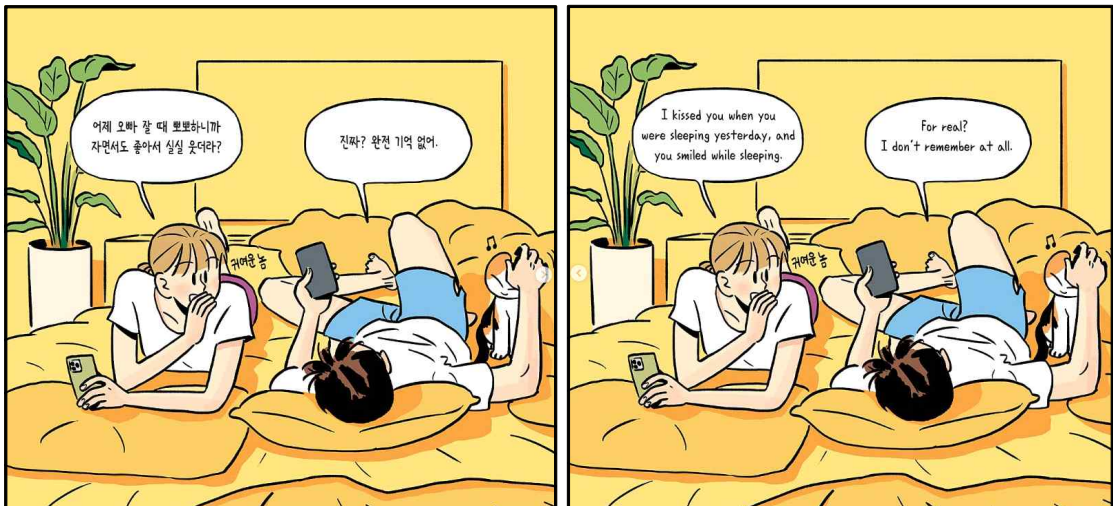
그림[16] ‘조인섭 이혼 전문 변호사의 다이어리’



출처: 인스타그램 ‘조인섭’ (@insup_cho) 계정

연인의 일상 속 이야기를 한 장의 장면으로 연출하는 인스타툰 작가 ‘배성태’ (@grim_b)는 컷이 아닌 인스타그램의 이미지 프레임(frame)을 바탕으로 인스타툰을 제작하고 있다. 그의 작품은 그림[17]과 같이 주로 단순하고 깔끔한 선과 채색으로 되어 있으며 기승전결의 스토리 전개와 컷을 활용한 만화적 연출이 아닌 특정한 상황 속에서 연인이 대화를 나누는 모습을 한 장의 이미지로 연출하는 삽화적인 만화 특징을 갖고 있다. 또한, 그는 한국어뿐만 아니라 그의 인스타툰을 영어로 번역하여 같이 업로드하고 있어 인스타그램을 이용하고 있는 국내 이용자들뿐만 아니라 해외 이용자들 또한 그의 인스타툰을 감상할 수 있다.

그림[17] ‘배성태’ 인스타툰



출처: 인스타그램 ‘배성태’ (@grim_b) 계정

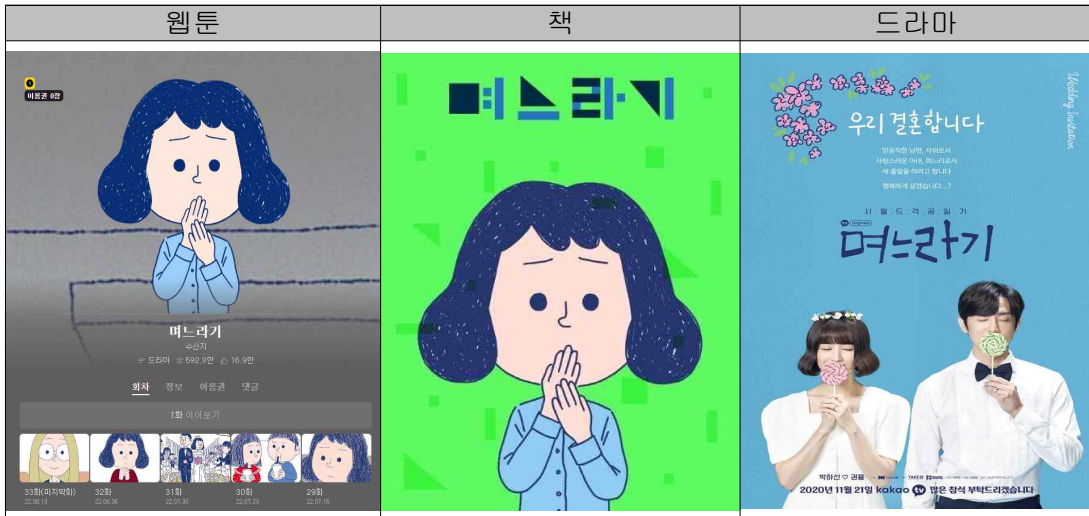
위의 ‘키크니’, ‘러브둥둥’, ‘조인섭 이혼 전문 변호사의 다이어리’, ‘배성

태’ 작가의 작품과 같이 인스타툰은 인스타그램 내에서 다양한 시도를 통해 여러 형식의 작품들이 제작되고 있다.

나. 인스타툰 활용

인스타툰은 인스타그램이라는 개인의 자유로운 연재 공간을 넘어 재편집을 통해 다양한 플랫폼에서도 연재되고 있으며 출판, 드라마로도 제작되고 있다. 대표적인 사례로 ‘수신지’ (@min4rin) 작가의 인스타툰 ‘며느라기’²⁷⁾는 2017년 5월 작가의 인스타그램 계정에서 연재를 시작해 2018년 1월에 연재가 끝났다. 2023년 현재 며느라기는 작가의 인스타그램 계정에서 삭제되어 인스타그램 내에서는 볼 수는 없지만, 웹툰과 책 형식으로 재편집되어 표[9]와 같이 온라인에서 카카오웹툰과 카카오페이지를 통해 감상할 수 있으며 오프라인에서는 책을 통해 감상할 수 있다. 또한, 며느라기는 2020년에 시즌1, 2022년에 시즌2가 웹드라마로 제작되어 카카오TV에서 방영되었다.

표[9] ‘며느라기’



출처: 인스타그램 ‘수신지’ (@min4rin) 계정

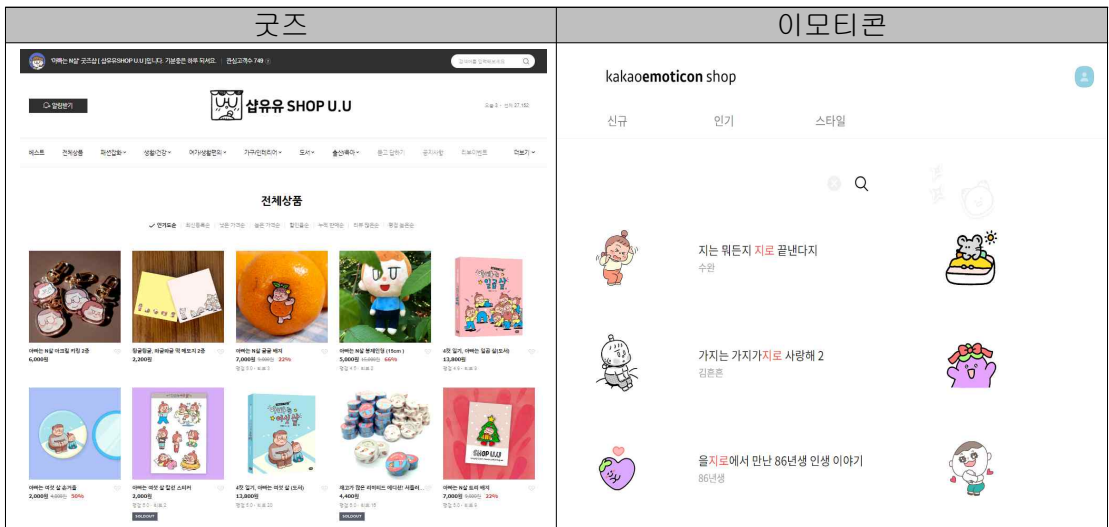
27) 갓 결혼한 여자 주인공 ‘민사린’을 통해 가정에서의 고부 관계와 가부장제가 우리 사회에 어떤 모습으로 나타나고 있으며, 또한 그것이 어떻게 사람들에게 받아들여지고 있는지를 담담하게 보여주는 인스타툰 작품이다. 인스타툰 제목인 ‘며느라기’는 며느리와 아기의 합성어인 며늘아이라는 뜻이 아닌 누군가의 며느리가 되어 시댁 식구의 예쁨과 칭찬을 받고 싶은 시기(時期)를 의미한다.

출처: 나무위키, ‘며느라기’

<https://namu.wiki/w/%EB%A9%B0%EB%8A%90%EB%9D%BC%EA%B8%B0>

또한, 인스타툰은 표[10]와 같이 스티커, 열쇠고리, 메모지, 텀블러 등 인스타툰에 등장하는 캐릭터와 장면을 바탕으로 굿즈(Goods)나 이모티콘(Emoticon) 등으로 2차 제작물들이 제작되고도 있으며 작가가 직접 굿즈를 만들어 네이버 스마트 스토어를 통해 판매하거나 이모티콘을 제작해 카카오톡이나 라인 등에 등록하여 이모티콘을 판매하고도 있다. 이처럼 인스타툰은 인스타그램이라는 소셜 미디어의 자유로운 연재 환경 속에서 다양한 작품들이 나오고 있으며 출판, 웹툰, 드라마, 굿즈, 이모티콘 등으로도 확장되어 나타나고도 있다.

표[10] 인스타툰 굿즈 & 이모티콘



출처: 인스타그램 ‘유영근’ (@jhiro2) 계정

제3절 인스타툰의 시각적 연출 특징

1. 인스타툰 사례 분석

가. 대상 선정 및 분석 방법

현재 인스타툰은 관련 콘텐츠를 포함해 표[1]와 같이 그 수가 방대하고 빠르게 업데이트되고 있다. 또한, 인스타툰은 관련 전문가뿐만 아니라 취미를 목적으로 하는 일반인과 아마추어 등 다양한 사람들이 제작하여 업로드하고 있어 본 연구자가 직접 특정 작가 또는 작품을 선정해 사례 분석을 진행하기 어렵다고 판단했다. 따라서, 본 연구자는 인스타그램 내에서 인지도와 영향력의 척도인 팔로워 수를 기준으로 10만 이상의 팔로워를 보유하고 있는

국내 인스타그램 작가를 분석 대상으로 선정했으며 표[11]와 같이 팔로워 수 순으로 ‘키크니’ (109만), ‘배성태’ (49.4만), ‘조인섭’ (32.7만), ‘러브동동’ (27.3만), ‘감자’ (22만), ‘연그림’ (19.4만), ‘삼우실’ (18.7만), ‘마님툰’ (17.9만), ‘별미미’ (16.6만), ‘재수의연습장’ (15.7만), ‘오늘의다은’ (15.7만), ‘터다’ (15.7만), ‘엄유진’ (15.2만), ‘이아리’ (13.8만), ‘이숨’ (13.7만), ‘임유끼’ (13.1만), ‘양치기’ (12.7만), ‘멍디’ (12.5만), ‘간호사 비자’ (12만), ‘퇴사원j’ (11.6만), ‘소금툰’ (11.5만), ‘오느리’ (11.3만), ‘김뱀새’ (11.2만), ‘김그래’ (11.1만), ‘유영근’ (10.3만) 25명의 인스타그램 작가를 선정하여 작품에서 나타나는 시각적 연출 특징을 분석했다.

표[11] 팔로워 10만 이상 국내 인스타그램 작가 현황²⁸⁾

작가명	아이디	팔로워수	게시물수	장르
키크니	@keykney	109만	885개	일상/공감/사연
배성태	@gr im_b	49.4만	1190개	일상/공감/연애
조인섭	@insup_cho	32.7만	601개	일상/이혼
러브동동	@love_doong.doong	27.3만	1232개	일상/공감 사연/애완동물
감자	@g_zaing	22만	399개	일상/공감
연그림	@yeon_gr im	19.4만	649개	일상/사연
삼우실	@3woosil	18.7만	558개	일상/공감/직장
마님툰	@manim_toon	17.9만	324개	일상/공감/육아
별미미	@byeolmimi	16.6만	111개	일상/공감
재수의연습장	@jessoo	15.7만	3338개	일상/공감/육아
오늘의다은	@todaydaeun	15.7만	1312개	일상
터다	@tyeodya	15.7만	579개	일상
엄유진	@punj_toon	15.2만	761개	일상/사연
이아리	@i_iary2	13.8만	254개	일상/공감
이숨	@2soom_toon	13.7만	307개	공감/힐링
임유끼	@imyoukki	13.1만	594개	일상/공감
양치기	@yangchikii	12.7만	1305개	일상/공감
멍디	@meongdi	12.5만	727개	일상/애완동물
간호사 비자	@rn.bizza	12만	186개	일상/사연
퇴사원j	@illust_jk	11.6만	847개	일상
소금툰	@oneulee	11.5만	653개	일상/애완동물
오느리	@sogeumtoon	11.3만	399개	일상/공감/사연
김뱀새	@drawing_baepsae	11.2만	299개	공감/썰
김그래	@gimgre	11.1만	1589개	일상/공감
유영근	@jhiro2	10.3만	1773개	일상/육아

28) 2023년 6월 기준, 인스타그램 내에서 현재 활동 중인 작가 현황으로, 본 연구자가 직접 조사하여 정리한

분석 방법으로는 본 연구자가 직접 정리하여 작성한 인스타툰 연출 기본 분석표²⁹⁾를 바탕으로 분석했으며 인스타툰 연출 기본 분석표는 표[12]와 같이 인스타툰의 연출 요소를 바탕으로 캐릭터, 배경, 레이아웃, 채색, 서체를 주요 항목으로 나눠 분석했다. 주요 항목 중 캐릭터는 그림체³⁰⁾를 기준으로 명량만화체, 극화체, 반극화체, 순정만화체로 세부 항목을 나눴으며 배경은 표현 방법을 기준으로 그림, 혼합(그림, 사진, 3D 등), 생략으로 세부 항목을 나눴다. 레이아웃은 컷, 말풍선, 표제를 세부 항목으로 나눴으며 컷의 경우 인스타툰 연출에서의 사용 여부를 기준으로, 컷 수와 이미지 비율을 세세 항목을 나눴다. 말풍선과 표제도 컷과 마찬가지로 인스타툰 연출에서의 사용 여부를 기준으로 세세 항목을 나눴으며, 표제의 경우 인스타툰에서의 위치를 기준으로 상단 좌측, 상단 중앙, 상단 우측, 정중앙, 하단 좌측, 하단 중앙, 하단 우측으로 항목을 나눴다. 채색은 채색 여부를 기준으로 유채색과 무채색으로 세부 항목을 나눴으며, 서체는 바탕체(명조 계열), 돋움체(고딕 계열), 장식체(스타일 서체), 필기체로 세부 항목을 나눠 인스타툰의 시각적 연출 특징을 분석하여 정리했다.

표[12] 인스타툰 연출 기본 분석표³¹⁾

캐릭터	명량만화체				
	극화체				
	반극화체				
	순정만화체				
배경	그림				
	혼합 (그림, 사진, 3D 등)				
	생략(X)				
레이아웃	컷	사용(0)	1장에 4컷 이하		
			1장에 4컷 이상		
		미사용(X)	이미지 비율	가로형 비율 (1.91:1)	
				직사각형비율 (4:5)	

표다.

29) 표[12] 참고

30) 김지홍. 「만화 그림체가 애니메이션에 미치는 영향」. 『한국콘텐츠학회』. (2006). 3 페이지 참고

31) 기홍매, 임경호. 「책 표지디자인에 나타난 미니멀리즘 표현 특성 -2010-2018 출판된 인문서적 베스트셀러책을 중심으로-」. 『한국디자인트렌드학회』. (2020). 9 페이지 참고

				정사각형비율 (1:1)
	말풍선	사용 (0)		
		미사용 (X)		
	표제	있음	상단좌측	
			상단중앙	
			상단우측	
			정중앙	
			하단좌측	
			하단중앙	
		하단우측		
		생략(X)		
채색	유채색			
	무채색			
서체	바탕체(명조 계열)			
	돋움체(고딕 계열)			
	장식체(스타일 서체)			
	필기체			

나. 분석 내용

(1) 캐릭터

인스타툰 연출 기본 분석표를 바탕으로 팔로워 10만 이상 국내 인스타툰 작가 25명의 작품에서 나타나는 시각적 연출 특징을 다음과 같이 정리했다.

인스타툰 작가 25명 중 20명은 명랑만화체로 5명은 반극화체로 캐릭터를 제작하여 인스타툰에 사용하고 있었다. 25명의 작가 중 실물 묘사에 가까운 극화체나 여성적이며 단조로운 묘사가 특징인 순정만화체로 캐릭터를 제작하여 사용한 사례는 조사되지 않았다.

명랑만화체로 된 인스타툰 캐릭터는 그림[18]과 같이 단순하고 깔끔한 선을 바탕으로, 사람, 동물, 물체를 3등신 또는 그 이하로 단순하게 묘사하여 제작하고 있었으며 이러한, 캐릭터 연출을 통해 인스타툰 이용자들의 호기심을 유발하고 캐릭터에 친숙함을 느끼게 하여 인스타툰에 깊게 빠져들게 하고 있다.

그림 [18] 명랑만화체 캐릭터



출처: 인스타그램 '감자' (@g_zaing) 계정

반극화체로 된 인스타툰 캐릭터는 그림 [19]과 같이 주로 3등신 이상의 인물 캐릭터 위주로 인스타툰에 나타나 있다. 반극화체의 인스타툰 캐릭터는 극화체보다 단조로운 선을 사용하고 명랑만화체보다 사실적인 묘사를 통해 인스타툰의 스토리와 그림 등 연출의 사실감을 높여 인스타툰 이용자의 공감도를 높이고 있다.

그림 [19] 반극화체 캐릭터



출처: 인스타그램 (좌) '배성태' (@grim_b), (중앙) '양치기' (@yangchikii), (우) '삼우실' (@3woosil) 계정

(2) 배경

인스타툰 배경은 표현 방법을 기준으로 그림, 혼합, 생략으로 나눠 분석했다. 분석 결과, 인스타툰 작가 25명 중 14명은 그림으로 배경을 연출했으며 3명은 사진, 영상, 그림 등을 혼합해서, 8명은 배경을 생략해서 인스타툰을 연출하고 있다.

그림으로 배경을 연출하고 있는 인스타툰 작품³²⁾은 캐릭터와 배경에 일체감이 들도

32) 그림 [20] (좌) 이미지 참고

록 선의 간격과 굵기, 채색, 묘사의 정도 등을 맞추어 제작하고 있으며 평면적인 특징을 갖고 있다.

그림, 사진, 3D 등을 혼합해 배경을 연출하고 있는 인스타툰 작품³³⁾들은 캐릭터와 배경과의 이질적인 부분을 갖고 있지만 보다 입체적이고 사실적으로 배경이 묘사되어 인스타툰에 나타나 있으며 이러한 배경 연출을 통해 이용자들에게 다양한 일상 속 이야기를 더욱 사실적으로 전달하고 있다.

배경을 생략해 연출하고 있는 인스타툰 작품³⁴⁾들은 여백을 활용한 캐릭터 중심의 인스타툰 연출을 통해 인스타툰 이용자들의 시선이 캐릭터와 글에 집중되게 하여 인스타툰의 전달력과 이용자들의 집중도를 높이고 있다.

그림[20] 배경 연출



출처: 인스타그램 (좌) '오느리' (@oneulee), (중앙) '삼우실' (@3woosil), (우) '소금툰' (@sogeumtoon) 계정

(3) 레이아웃

① 컷

인스타툰의 레이아웃은 컷, 말풍선, 표제로 세부 항목을 나눠 분석했다. 컷은 인스타툰에서 사용 여부를 기준으로 컷 수와 이미지 비율로 세세 항목을 나눠 분석했다. 컷 수는 1장에 4컷을 기준으로 분석했으며, 이미지 비율은 인스타그램의 이미지 비율을 바탕으로 분석했다. 분석한 결과 25명의 작가 중 5명은 컷을 이용해 인스타툰을 연출하고 있었으며, 5명 모두 1장에 4컷 이하로 인스타툰을 연출하고 있었다. 그림[21]과 같이 1장에 4컷 이하 연출된 인스타툰은 주로 일정한 선과 크기의 컷으로 구성되어 연출에 안정감과 리듬감이 나타나 있었다.

33) 그림[20] (중앙) 이미지 참고

34) 그림[20] (우) 이미지 참고

그림[21] 컷 연출



출처: 인스타그램 (좌) '이솜' (@2soom_toon), (중앙) '유영근' (@jhiro2), (우) '김그레' (@gimgre) 계정

컷을 사용하고 있지 않은 나머지 20명의 인스타툰 작가 중 12명은 정사각형(1:1) 비율로, 8명은 직사각형(4:5) 비율로 인스타툰을 제작하고 있는 것으로 조사 되었으며 가로형(1.91:1) 비율로 제작된 사례는 조사되지 않았다. 이처럼 이미지 비율을 바탕으로 제작되고 있는 인스타툰은 그림[22]과 같이 캐릭터의 배치나 선을 활용한 이미지 분할을 통해 인스타툰을 연출하고 있었으며 한 장에 너무 많은 캐릭터가 등장하거나 4등분 이상으로 이미지가 분할되면 연출의 산만함이 생기고 가독성이 떨어지는 특징이 나타났다.

그림[22] 이미지 비율 연출



출처: 인스타그램 (좌) '마님툰' (@manim_toon), (중앙) '재수의연습장' (@jessoo), (우) '임유끼' (@imyoukki) 계정

② 말풍선

인스타툰 작가 25명 중 3명을 제외한 22명이 인스타툰에 말풍선을 사용하고 있는 것으로 조사되었다. 말풍선을 사용하고 있는 22명의 인스타툰 작가는 그림[23]과 같이 인스타툰에 등장하는 캐릭터와 말풍선이 일체감이 들도록 캐릭터와 말풍선의 선의 종류와 굵기 등을 맞추어 연출하고 있었다.

그림[23] 말풍선 연출



출처: 인스타그램 (좌) '퇴사원' (@iillust_jk), (중앙) '간호사 비자' (@rn.bizza), (우) '이아리' (@i_iary2) 계정

또한, 그림[23]과 같이 한 컷 또는 한 장에 등장하는 캐릭터마다 1~2개 이내로 말풍선을 사용하고 있었으며, 말풍선 수가 많아질수록 연출의 산만함과 가독성이 떨어지는 특징이 있었다. 말풍선이 없는 인스타툰은 그림[24]과 같이 캐릭터 간의 대화를 중심으로 한 이야기 전개 방식이 아닌, 작가가 직접 인스타툰의 장면과 상황을 글과 그림을 통해 내레이션(Narration) 하듯 연출하고 있었으며 말풍선이 없는 이러한 인스타툰은 한 장면에 글과 그림이 분리되지 않고 같이 연출 되기 때문에 연출의 산만함과 가독성이 떨어지는 특징을 갖고 있지만 이러한 점을 일부 보완하기 위해 글과 그림을 일정한 간격과 규칙으로 배치하여 인스타툰이 연출 되고 있었다.

그림[24] '멍디' 인스타툰



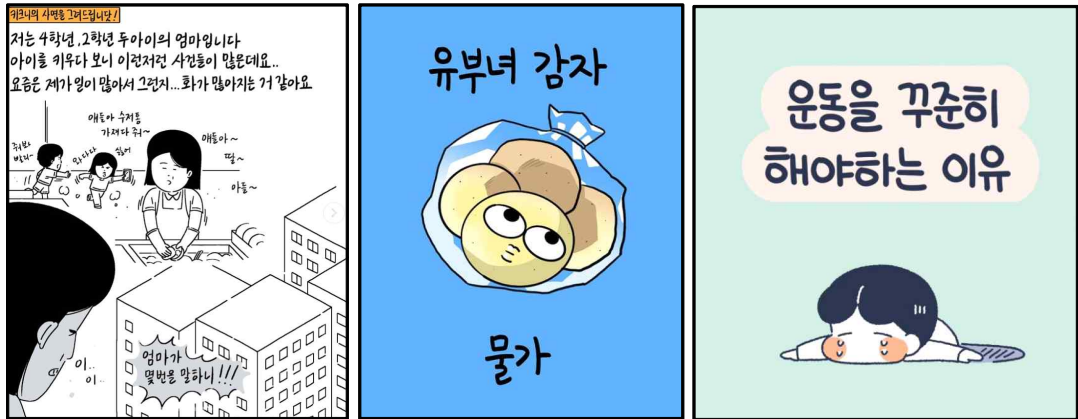
출처: 인스타그램 '멍디' (@meongdi) 계정

③ 표제

인스타툰 작가 25명 중 11명은 인스타툰에 표제를 넣어 연출하고 있었으며 14명은 표제 없이 인스타툰을 연출하고 있었다. 표제를 사용하고 있는 작가 11명 중 6명은 상단 중앙, 3명은 상단 좌측, 2명은 정중앙에 표제를 배치하여 연출하고 있었으며, 상단 중앙과 상단 좌측에 표제를 배치하여 연출하고 있는 인스타툰의 경우 그림[25]과 같이 인스타툰 감상 시 이용자들의 시선이 위에서 아래로 자연스럽게 내려가면서 글과 그림 또는 그림과 글 순으로 차례대로 감상할 수 있도록 연출하고 있었다. 표제를 정중앙에 배치하여 연출하고 있는 인스타툰은 첫 장을 전부 표제로 연출하여 이용자들이 쉽고 빠르게 작품의 성격과 내용을 파악할 수 있도록 연출하고 있었다.

인스타툰에 표제를 넣지 않는 14명의 작가 중에는 인스타그램 계정의 프로필이나 게시물 글에 작품의 표제를 넣거나 표제 없이 인스타툰 필명으로만 활동하고 있는 작가도 있었다.

그림[25] 표제 연출

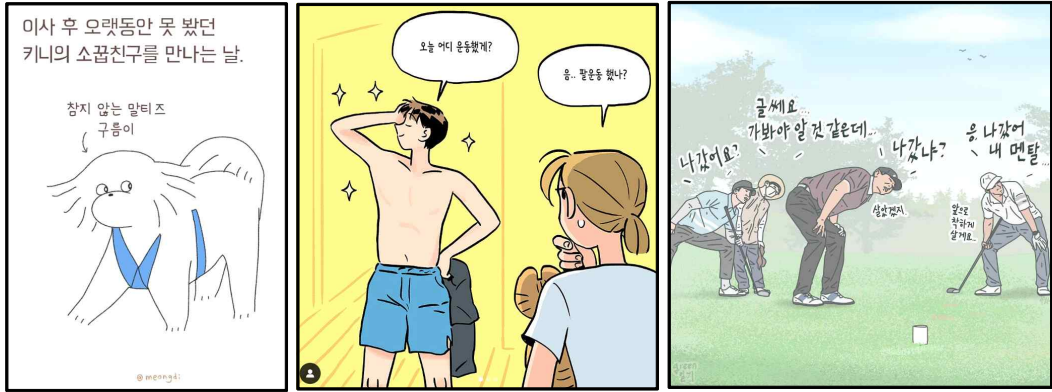


출처: 인스타그램 (좌) '키크니' (@keykney), (중앙) '감자' (@g_zaing), (우) '이아리' (@i_iary2) 계정

(4) 채색

인스타툰 채색은 유채색과 무채색으로 세부 항목을 나눠 분석했다. 25명의 작가 중 20명은 유채색으로, 5명은 무채색으로 인스타툰을 연출하고 있었다. 유채색의 인스타툰은 그림[26]과 같이 단색(單色) 또는 다색(多色)으로 연출되고 있었으며, 단색으로 연출된 인스타툰은 연출적으로 중요하거나 강조하고 싶은 부분에 포인트 칼라를 넣는 방식으로 연출되고 있었다. 다색으로 연출된 인스타툰은 한 가지 이상의 색으로 배경과 캐릭터가 연출되고 있었으며 연출적으로 중요한 부분을 더 두드러지게 보이도록 배경 또는 캐릭터를 한 가지 색으로만 연출하거나 투명도를 조절하여 인스타툰을 연출하고 있었다.

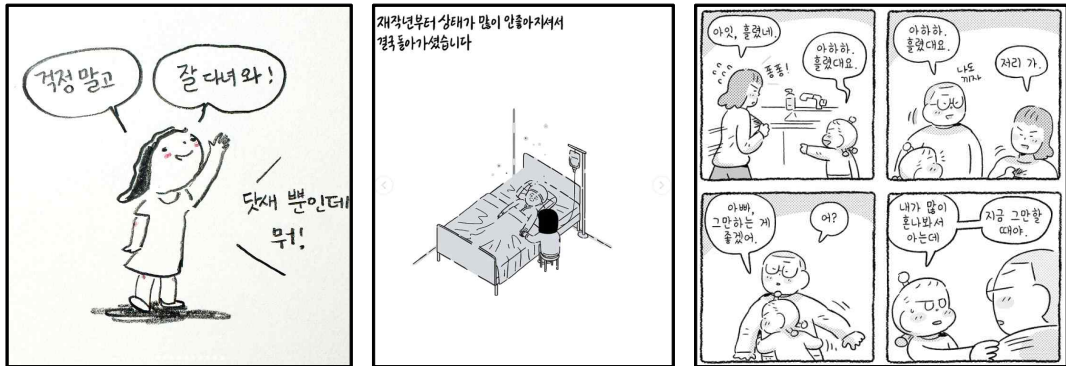
그림[26] 유채색 연출



출처: 인스타그램 (좌) '멍디' (@meongdi), (중앙) '배성태' (@gr im_b), (우) '양치기' (@yangchikii) 계정

무채색의 인스타툰은 색을 하나도 사용하지 않거나, 검은색, 흰색, 회색 등의 무채색 계열의 색을 사용하여 명도의 차이로 인스타툰을 연출하고 있었다. 그림[27]과 같이 색을 하나도 사용하지 않은 인스타툰은 주로 흰색 바탕에 검은색 선을 사용하고, 선의 굵기와 간격, 종류 등을 다르게 하여 인스타툰을 연출하고 있었다. 명도의 차이로 연출하고 있는 인스타툰은 검은색, 회색 또는 스크린톤(screen tone)을 사용해 명도의 차이로 물체와 캐릭터 등을 구분하거나 그림자 등을 표현하고 있었다. 무채색의 인스타툰은 이러한 깔끔하고 명료한 연출을 통해 인스타툰의 전달력과 가독성을 높이고 있었다.

그림[27] 무채색 연출



출처: 인스타그램 (좌) '엄유진' (@punj_toon), (중앙) '키크니' (@keykney), (우) '유영근' (@jhiro2) 계정

(5) 서체

인스타툰 서체는 바탕체(명조 계열), 돋움체(고딕 계열), 장식체(스타일 서체), 필기체로 나눠 분석했다. 25명의 인스타툰 작가 중 10명은 필기체, 9명은 바탕체(명조 계열), 6명은 돋

움체(고딕 계열)로 인스타툰을 연출하고 있었으며, 장식체를 사용한 사례는 조사되지 않았다.

인스타툰 작가 25명 중 가장 많이 사용하고 있는 필기체는 활자가 아닌, 작가가 직접 손으로 쓴 필체로 표[13]³⁵⁾와 같이 작가마다 서체의 모양과 간격 등이 다르고 일정하지 않아 다른 서체들에 비해 가독성이 떨어지는 특징을 갖고 있지만 인스타툰에서 필기체는 선의 종류와 굵기 등을 캐릭터의 그림체와 배경 등에 맞추어 연출에 통일감이 들게 하며, 작가마다 각각 다른 형태의 서체를 통해 그 작가만의 차별성을 갖게 하고 있었다.

바탕체(명조 계열의) 서체³⁶⁾는 가로획이 가늘고 세로획이 굵으며 자형이 균형적이고 반듯하여 가독성이 높은 특징이 있다. 이러한 바탕체 서체는 인스타툰에서 주로 캐릭터의 대사나 효과음 등으로 사용되고 있었다.

돋움체(고딕 계열의) 서체³⁷⁾는 가로획과 세로획의 굵기가 거의 같고 수직, 수평으로 이루어져 있으며 활자류 중에서 돋보임의 효과가 큰 서체로, 곧고 획일적이어서 딱딱한 이미지를 갖고 있어 인스타툰에서 표제나 글의 강조 부분 등에서 주로 사용되고 있었다.

표[13] 서체 연출



출처: 인스타그램 (좌) '배성태' (@gr im_b), (중앙) '김뱀새' (@drawing_baepsae), (우) '키크니' (@keykney) 계정

다. 분석 결과

본 연구자가 직접 정리하여 작성한 인스타툰 연출 기본 분석표³⁸⁾를 바탕으로, 팔로워 10만 이상 국내 인스타툰 작가 25명의 인스타툰 연출을 표[14] 같이 정리했다. 정리한 조사 결과를 바탕으로 국내 인스타툰 작가 25명의 작품에서 나타나는 시각적 연출 특징을 표[15]와 같이 정리했다.

35) 표[13] 좌측 이미지 참고
 36) 표[13] 중앙 이미지 참고
 37) 표[13] 우측 이미지 참고
 38) 표[12] 참고

표[14] 인스타툰 연출 분석 결과표

작가명	캐릭터	배경	레이아웃			채색	서체
			컷	말 풍 선	표제 (타이틀)		
키크니	명랑만화체	그림	직사각형비율 (4:5)	0	상단좌측	무채색	필기체
배성태	반극화체	그림	직사각형비율 (4:5)	0	X	유채색	바탕체 (명조 계열)
조인섭	반극화체	혼합	정사각형비율 (1:1)	0	X	유채색	돋움체 (고딕 계열)
러브등등	명랑만화체	그림	1장에 1-4컷이하	0	상단좌측	유채색	돋움체 (고딕 계열)
감자	명랑만화체	혼합	직사각형비율 (4:5)	0	정중앙	유채색	바탕체 (명조 계열)
연그림	명랑만화체	그림	직사각형비율 (4:5)	0	X	유채색	바탕체 (명조 계열)
삼우실	반극화체	혼합	정사각형비율 (1:1)	0	X	유채색	돋움체 (고딕 계열)
마닝툰	명랑만화체	그림	정사각형비율 (1:1)	0	X	무채색	필기체
별미미	명랑만화체	X	1장에 1-4컷이하	0	상단중앙	유채색	바탕체 (명조 계열)
재수의 연습장	명랑만화체	X	직사각형비율 (4:5)	0	X	무채색	필기체

오늘의 다은	명랑만화체	X	정사각형비율 (1:1)	0	정중앙	유채색	필기체
터다	명랑만화체	X	정사각형비율 (1:1)	0	X	유채색	바탕체 (명조 계열)
엄유진	명랑만화체	그림	정사각형비율 (1:1)	0	X	무채색	필기체
이아리	명랑만화체	X	정사각형비율 (1:1)	0	상단중앙	유채색	필기체
이숨	명랑만화체	그림	1장에 1-4컷이하	0	상단좌측	유채색	바탕체 (명조 계열)
임유끼	반극화체	그림	정사각형비율 (1:1)	0	X	유채색	바탕체 (명조 계열)
양치기	반극화체	그림	정사각형비율 (1:1)	X	X	유채색	필기체
멍디	명랑만화체	X	직사각형비율 (4:5)	X	X	유채색	돋움체 (고딕 계열)
간호사 비자	명랑만화체	그림	직사각형비율 (4:5)	0	X	유채색	필기체
퇴사원j	명랑만화체	X	정사각형비율 (1:1)	0	X	유채색	필기체
소금툰	명랑만화체	X	직사각형비율 (4:5)	X	X	유채색	돋움체 (고딕 계열)

오느리	명랑만화체	그림	정사각형비율 (1:1)	0	상단중앙	유채색	바탕체 (명조 계열)
김법새	명랑만화체	그림	정사각형비율 (1:1)	0	상단중앙	유채색	돋움체 (고딕 계열)
김그래	명랑만화체	그림	1장에 1-4컷이하	0	상단중앙	유채색	필기체
유영근	명랑만화체	그림	1장에 1-4컷이하	0	상단중앙	무채색	바탕체 (명조 계열)

(1) 단순성

인스타그램에서 팔로워 10만 이상을 보유하고 있는 국내 인스타툰 작가들의 작품은 주로 명랑만화체 또는 반극화체로 제작되고 있으며, 캐릭터나 배경 등 이미지의 형태와 묘사를 단순하게 하여 인스타툰 이용자들의 호기심을 유발하고, 이용자들이 인스타툰에 등장하는 캐릭터에 친숙함을 느끼게 하여 쉽게 다가갈 수 있게 연출하고 있다. 채색은 단색 또는 다색의 유채색 연출과 검은색, 회색, 스크린 톤(Screen tone)³⁹⁾ 등의 무채색 연출을 통해 인스타툰 이용자들의 쉬운 인지를 유도하고, 선의 종류와 굵기 등을 통일시키거나 크기가 같은 컷을 일정한 간격으로 단순 반복적으로 배치하는 등 연출의 통일감을 중시하고 안정감을 형성하고 있다.

(2) 명료성

또한, 명료한 선을 바탕으로 인스타툰의 시각적 연출 요소인 캐릭터, 배경, 레이아웃(컷, 말풍선, 표제), 채색, 서체 등의 연출을 단순 및 최소화하고 조형적, 상징적 표현의 절제 및 생략을 통해 인스타툰의 전달력과 가독성을 높임으로써 이용자들이 인스타툰을 단순 명료하게 이해할 수 있게 하고 있다. 또한, 바탕체(명조 계열), 돋움체(고딕 계열) 등 자형이 균형적이며 명료한 서체를 사용하고, 인스타툰 내에서 캐릭터,

39) 명암이나 무늬, 패턴 등을 나타내기 위해 사용하는 도구로서 명암이나 배경, 디자인 등 표현되는 모든 이미지 사용되며 종이 원고 작업 또는 디지털 원고 작업에 사용하는 톤의 두 종류가 있다.

출처: 네이버 지식백과, 만화애니메이션사전, '스크린 톤'

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1648307&cid=42627&categoryId=42627>

레이아웃(컷, 말풍선, 표제) 등의 시각적 연출 요소를 규칙적이며 명료하게 배치하여 연출에 안정감이 나타나게 하고 있다.

표[15] 인스타툰의 시각적 연출 특징

특성	표현 특징	내재적 의미
단순성	<ul style="list-style-type: none"> ·명량만화체, 반극화체로 된 캐릭터를 주로 사용하며 형태, 묘사 등을 단순화함 ·단색 또는 다색의 유채색 연출 검은색, 회색, 스크린톤 등의 무채색 연출 ·선의 종류 및 굵기 등을 통일, 크기가 같은 컷을 일정한 간격으로 단순 반복적으로 배치 	<ul style="list-style-type: none"> ·호기심 유발 및 친숙함을 형성 ·쉬운 인지 유도 ·연출의 통일감 중시 ·연출의 안정감 형성
명료성	<ul style="list-style-type: none"> ·명료한 선 사용 ·시각적 연출 요소를 단순 및 최소화 ·조형적, 상징적인 표현 절제 및 생략 ·자형(字形)이 균형적이며 반듯한 서체(바탕체류, 돌움체류) 사용 ·시각적 연출 요소를 규칙적이며 명료하게 배치 	<ul style="list-style-type: none"> ·최소한의 표현으로 조형적, 상징적 의미 내포 ·전달력 및 가독성 향상 ·이야기의 본질 추구 ·연출의 안정감 추구

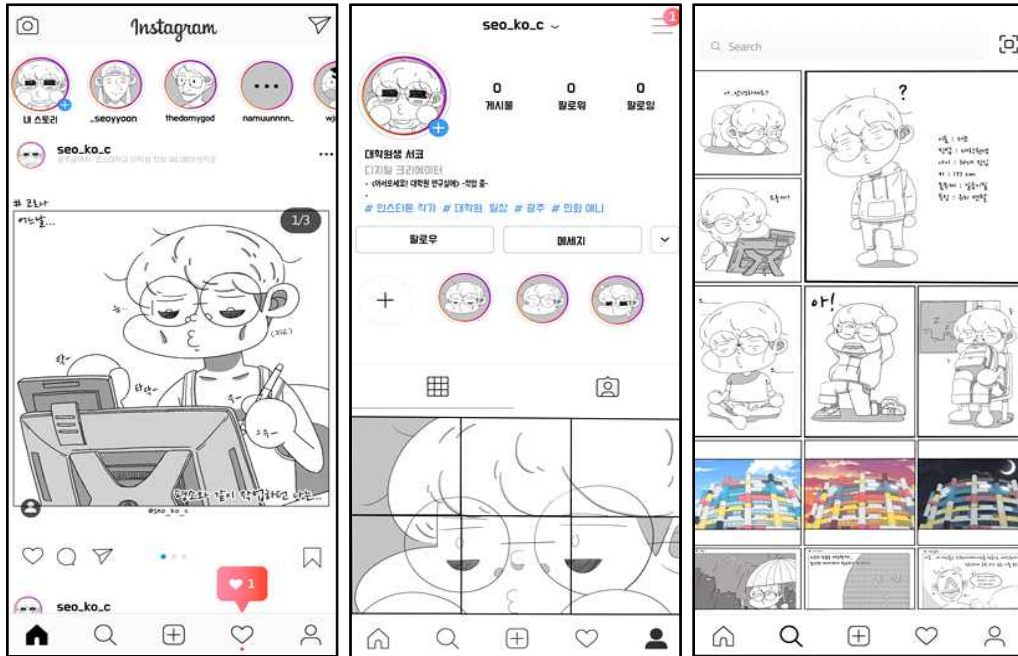
제4절 본인 작품 ‘서코-믹’ 제작

1. ‘서코-믹’ 기획 및 콘셉트

디지털 기술의 발전으로 다양한 디지털 콘텐츠가 나오고 있는 현시대에 본 연구자는 다양하고 실험적인 만화 콘텐츠를 제작 및 연구하기 위해 기존 만화 콘텐츠의 주

연재 플랫폼인 대형 포털 사이트와 만화 전문 플랫폼에서 벗어나 독립적이며 개인 연재가 자유로운 소셜미디어 만화 콘텐츠를 기획했다. 소셜미디어는 서로의 정보, 의견, 관점, 생각 등을 나누며 소통을 목적으로 만들어진 가상의 관계망으로 현대인들의 의사소통 수단으로 많이 사용되고 있다. 이러한 소셜미디어는 네이버, 다음카카오 등 대형 포털 사이트와 같이 콘텐츠의 노출도가 높은 장점을 갖고 있으며 소셜미디어 계정을 가지고 있는 사람이라면 누구나 자유롭게 만화를 연재할 수 있고, 주기적인 기능 업데이트(Update)와 앱(App)과 웹(Web) 환경에서 모두 이용할 수 있는 장점을 갖고 있다. 본 연구자는 이러한 소셜미디어 만화 콘텐츠를 제작 및 연구하기 위해 현재 국내에서 가장 주목받고 있는 디지털 만화 콘텐츠 중 하나인 인스타툰을 그림[28]과 같이 콘셉트 이미지를 만들어 기획했다.

그림 [28] ‘서코-믹’ 콘셉트 이미지



‘서코-믹’은 본 연구자의 이름인 ‘석호’와 만화를 의미하는 ‘코믹스(Comics)’를 합쳐 만든 합성어로 ‘석호 만화’를 의미하는 인스타툰이다. ‘서코-믹’은 제목의 의미와 같이 본 연구자의 일상 속 이야기를 바탕으로 한 짧은 에피소드 형식의 인스타툰으로, 연재 플랫폼인 인스타그램의 형식에 맞게 디지털 제작 방식으로 기획했다. 또한, 인스타그램의 이미지 비율과 이미지 업로드 규정에 맞게 정사각형(1:1)과 직사각형(4:5) 2

가지 이미지 비율을 사용하고, 1장에 1~4컷의 컷을 사용하여 1화당 10장 이내에서 이야기가 끝나도록 ‘서코-믹’ 을 기획했다.

또한, 본 연구자는 ‘서코-믹’ 제작에 앞서 그림[29]과 같이 ‘서코-믹’ 에 대한 아이디어를 글과 그림으로 된 콘티(Idea conti)⁴⁰로 정리하여 ‘서코-믹’ 의 시각적 연출이 단순 명료하게 연출 될 수 있도록 했다.

그림[29] ‘서코-믹’ 아이디어 콘티

#대학원이란..1	#대학원이란..2
석호 : 어?	석호 : 대학원을 쉽게 표현 하자면...
석호 : 어어어어?	석호 : 내가 모형가인데...
석호 : 어어어어어어어?	석호 : 아마존 밀림 속으로 들어가
석호 :	칼을 들고 밀림을 계속
그 무엇을 생각해도, 대학원은	헤쳐 나가는 거야....
여러분이 생각한 것과	석호 : 그런데... 출구가 없어..
아주 많이~ 다른 곳 이다.	석호 : 그게 대학원이란 곳 이야..

본 연구자는 ‘서코-믹’ 제작의 참고 자료로 국내 인스타그램 작가 중 가장 많은 팔로워 수를 보유하고 있는 ‘키키니’ 의 작품 중 표[16]와 같이, ‘키키니의 무엇이든 그려드립니다!’ 와 ‘키키니의 사연을 그려드립니다!’ 를 참고했으며, 단순 명료한 연출을 통해 인스타그램의 전달력과 가독성을 높여 인스타그램 이용자들이 쉽게 이해하고 공감할 수 있게 ‘서코-믹’ 을 그림[29]과 같이 기획했다.

40) 영화나 텔레비전 드라마의 촬영을 위하여 각본을 바탕으로 필요한 모든 사항을 기록한 것
출처: 네이버 사전, 국어사전, ‘콘티’

<https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/b8c1679ff7f54af7b99c71bef7306b96>

표[16] ‘서코-믹’ 참고 자료

작가	작품명	작품
키크니	키크니의 무엇이든 그려드립니다!	
키크니	키크니의 사연을 그려드립니다!	

출처: 인스타그램 ‘키크니’ (@keykney) 계정

2. ‘서코-믹’ 시각적 연출

가. 캐릭터


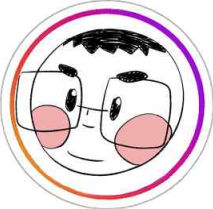


‘서코-믹’은 본 연구자의 일상 속 이야기를 바탕으로 한 인스타그램으로, 가상의 캐릭터가 아닌 본인과 가족, 지인 등 실제 사람을 바탕으로 표[17]와 같이 ‘서코’ 41), ‘정뱅’ 42), ‘소피’ 43), ‘아버지’ 44)의 캐릭터를 제작하여 인스타그램의 사실감(Reality)을 높였다. 캐릭터는 명랑만화체와 2~3등신의 형태로 제작했으며 표현을 절제하고 생략하는 등 단순 명료한 캐릭터 연출을 통해 인스타그램 이용자들이 캐릭터를 쉽게 인지하고 캐릭터의 단순함에서 호기심과 친숙함을 느낄 수 있게 연출했다.

‘서코-믹’에 등장하는 캐릭터 ‘서코’는 본 연구자를 바탕으로 제작한 주인공 캐릭터(Main character)로 그림[30]과 같이 연구자의 눈, 코, 입, 등 신체적 특징과 집

41) 표[17] 상단 좌측 캐릭터 참고
 42) 표[17] 상단 우측 캐릭터 참고.
 43) 표[17] 하단 좌측 캐릭터 참고
 44) 표[17] 하단 우측 캐릭터 참고

중할 때 입술을 내미는 습관적 특징 등을 캐릭터에 담아내어 단순하지만 독특하고 개성이 있는 캐릭터로 제작하여 ‘서코-믹’에 사용하고 있다.

표[17] ‘서코-믹’ 주요 캐릭터

<p style="text-align: center;">서코</p> 	<p style="text-align: center;">정뱅</p> 
<p style="text-align: center;">소피</p> 	<p style="text-align: center;">아버지</p> 

그림[30] 캐릭터 ‘서코’ 특징



나. 배경

‘서코-믹’은 본 연구자의 일상 속 이야기를 바탕으로 제작하고 있는 인스타툰으로, 그 배경 역시 본 연구자가 주로 생활하고 있는 대학원 연구실과 집 등, 주위 환경을 바탕으로 제작하고 있다. 제작 초기 ‘서코-믹’은 표[18]의 실제 이미지와 같이 ‘서코-믹’의 배경을 자세한 묘사와 다색의 유채색으로 연출했다.

표[18] 제작 초기 ‘서코-믹’ 배경 연출



인스타툰의 시각적 연출 특징연구 과정에서 배경의 단순한 묘사와 검은색, 회색, 스크린 톤 등 무채색을 바탕으로, 여백을 활용한 깔끔한 배경 연출이 인스타툰의 전달력과 가독성을 높인다고 판단하여 표[19]와 같이 ‘서코-믹’의 배경 연출을 시도했으며, 다음과 같이 정리했다. 첫째, 배경 묘사를 단순하게 하고 검은색, 회색, 스크린 톤 등 명도의 차이로 배경과 캐릭터를 구분하거나 그림자 등을 연출하여 연출적으로 중요한 부분이 더 잘 보일 수 있게 배경을 연출했다. 둘째, 사진, 영상 등 그림이 아닌 이미지 자료를 바탕으로 배경을 단순명료하게 연출하여 인스타툰 이용자들에게 시각 정보를 명확하게 전달될 수 있도록 연출했다. 셋째, 배경 생략 또는 여백을 활용한 캐릭터 중심의 연출을 통해 인스타툰 연출의 산만함을 줄이고 사람들의 시선이 캐릭터와 글에 집중되게 인스타툰을 연출했다.

표[19] ‘서코-믹’ 배경 연출

명도 차이	이미지 자료 사용	배경 생략
		

다. 레이아웃

(1) 컷

‘서코-믹’은 인스타그램의 이미지 비율 중 정사각형(1:1)과 직사각형(4:5)의 비율을 주로 사용하여 연출했으며 인스타그램의 이미지 업로드 규정에 맞추어 10장 이내에서 하나의 에피소드가 끝이 나도록 연출했다. 또한 표[8]와 같이, 인스타툰을 단순 명료한 형태의 기본적인 컷을 구성하여 표[20]와 같이 1장에 4컷 이내로, 컷을 연출함으로써 1장에 연출되는 컷 수가 많아질수록 생기는 인스타툰의 연출적 산

만함과 가독성이 떨어지는 단점을 일부 보완하고 일정한 굵기와 크기의 컷을 명료하게 배치하여 연출의 안정감이 들도록 했다.

표[20] ‘서코-믹’ 컷 연출

1장 1컷 연출	1장 2컷 연출
<p>#그림실력</p> <p>한숨, 또는 아파투어는 이 정도는 고치겠지?</p> <p>seo_ko_c</p>	<p>#카세트북</p> <p>가람 대학원 교학림에 놓일어 있어 가는 학교 콘관은...</p> <p>문제는! 가끔 가는 건물이다 보니, 임구를 잘못 들어가 정반대로 가면...</p> <p>끝에서 끝으로 찾아가야 한다는 문제가 있다.</p> <p>seo_ko_c 계속</p>
1장 3컷 연출	1장 4컷 연출
<p>#과제선</p> <p>학기말이 되면...</p> <p>이 때마다 항상 하는 모범이 있다...</p> <p>작품 기획서</p> <p>홍지영 준비가 되는데 찾아오는 과제선.</p> <p>어디에다 놓아야 할까?</p> <p>소성한 나에게 가장 희석의 정교.</p> <p>홍지영! 이 과제선! 어디에 놓아야 할까?</p> <p>seo_ko_c 계속</p>	<p>#관기의 눈오리</p> <p>두둥-</p> <p>그쪽- 그쪽-</p> <p>seo_ko_c</p>

(2) 말풍선

‘서코-믹’은 말풍선을 사용하여 연출 시, 표[21]의 좌측 이미지와 같이 캐릭터의 선과 같은 굵기의 선으로 말풍선을 제작하여 캐릭터와 말풍선이 통일감이 들도록 연출했으며, 캐릭터의 대사 순서에 따라 말풍선을 위에서부터 아래로 배치해 인스타그램 이용자의 시선이 캐릭터의 대사 순서대로 자연스럽게 가도록 가독성을 높였다. 또한, 표[21]의 우측 이미지와 같이 말풍선을 연출에 사용하지

얇고 단순명료하게 상황 장면만을 연출하거나 나레이션(Narration) 형식으로 주인공 캐릭터를 1명만 등장시켜 인스타툰을 연출할 경우, 글 또는 그림을 규칙적이며 명료하게 배치하여 ‘서코-믹’의 전달력을 높였다.

표[21] ‘서코-믹’ 말풍선 연출

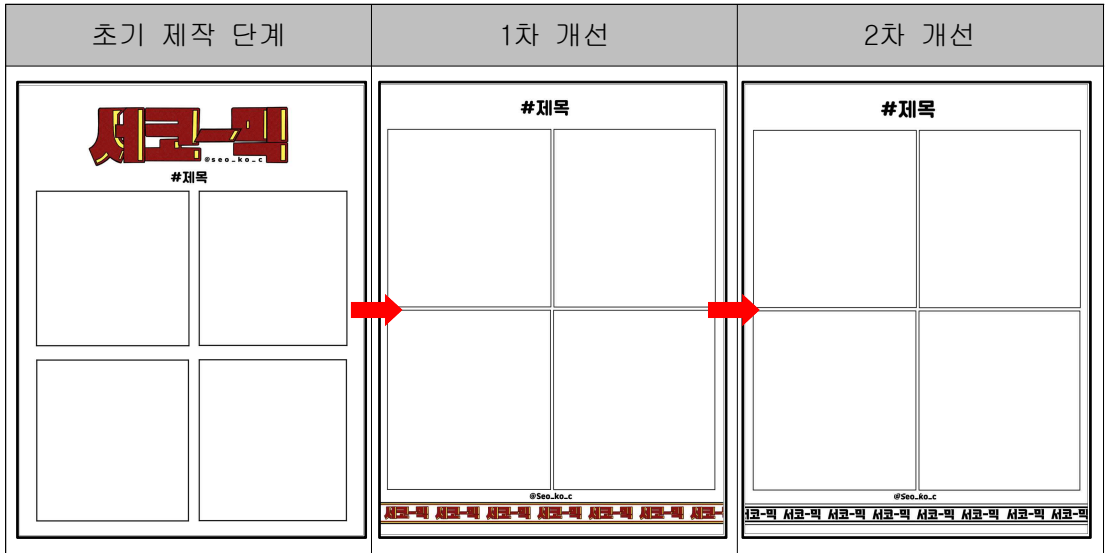
말풍선	
사용	미사용
<p>교수님 연구실 앞</p> <p>1시간 후</p> <p>안녕하세요... 더 열심히 해 보겠습니다. 감사합니다.</p> <p>안녕하세요.</p> <p>안녕하세요.</p> <p>안녕하세요.</p>	
<p>안녕하세요.</p> <p>안녕하세요.</p> <p>안녕하세요.</p> <p>안녕하세요.</p>	<p>휴고민</p> <p>고민을 사탕에...</p> <p>무엇이라도, 한번 더 해보자!</p> <p>@seo_ko_c</p>

(3) 표제

‘서코-믹’의 표제는 전체 타이틀(Title)인 ‘서코-믹’과 에피소드 제목을 한 장의 이미지에 같이 연출하고 있다. 표[22]의 좌측 이미지와 같이 제작 초반 당시 ‘서코-믹’은 타이틀인 ‘서코-믹’과 에피소드 제목을 상단 중앙에 같이 배치해 안정적이며 균형감 있게 연출했다. 하지만 에피소드 제목이 타이틀인 ‘서코-믹’에 가려 잘 보이지 않는 단점이 있어 타이틀인 ‘서코-믹’을 하단으로 내리고 에피소드 제목을 상단 중앙에 배치하여 타이

들인 ‘서코-믹’ 과 에피소드 제목이 둘 다 잘 보이도록 표[22]의 중앙 이미지와 같이 연출했다. 여기서 더 나아가 빨간색과 노란색 바탕의 ‘서코-믹’ 을 흑백 바꾸고 에피소드 제목의 크기를 더 키워 ‘서코-믹’ 타이틀과 에피소드 제목이 명료하며 조화롭게 연출 되도록 표제를 연출했다.

표[22] ‘서코-믹’ 표제 연출



라. 채색

‘서코-믹’ 은 표[23]와 같이 포인트 칼라를 활용한 단색(單色) 또는 다색(多色)의 유채색 연출과 검은색, 회색, 스크린 톤 등 무채색 계열을 활용한 명도의 차이로 인스타톤을 연출했다. 포인트 칼라를 활용한 단색(單色)의 유채색 연출은 표[21]의 상단 이미지와 같이 상징적이며 연출적으로 중요한 부분에 한 가지 색으로 포인트 칼라를 넣어 더 명료하게 잘 보이도록 연출했다.

다색의 유채색 연출은 웹툰 등 콘텐츠 제작 시 일반적으로 많이 사용되고 있는 채색 연출법으로, 이미지 비율과 업로드 등 연출의 한계를 가지고 있는 인스타톤에서 다색의 유채색 연출은 표[22]의 가운데 이미지와 같이 색(色)이 가지고 있는 상징적, 의미적인 시각 정보가 인스타톤의 캐릭터와 배경 등을 가려 가독성을 떨어트리는 단점이 있는 것을 확인했으며 ‘서코-믹’ 의 전달력과 가독성을 높이는데 다색의 유채색 연출이 적합하지 않다고 판단했다.

표[21]의 하단 이미지와 같이 ‘서코-믹’은 검은색, 회색, 스크린 톤 등을 활용한 무채색 연출을 통해 명도의 차이로 캐릭터와 배경을 구분하고 그림자를 연출하고 있다. 이러한, 무채색 연출은 다색의 유채색 연출보다 연출적으로 맛있는 특징을 갖고 있지만 캐릭터와 배경 등이 색에 가려지지 않고 명료하게 잘 보여 인스타툰의 가독성을 높임으로써 인스타툰 이용자들에게 ‘서코-믹’이 더 명료하게 전달되도록 하고 있다.

표[23] ‘서코-믹’ 채색 연출

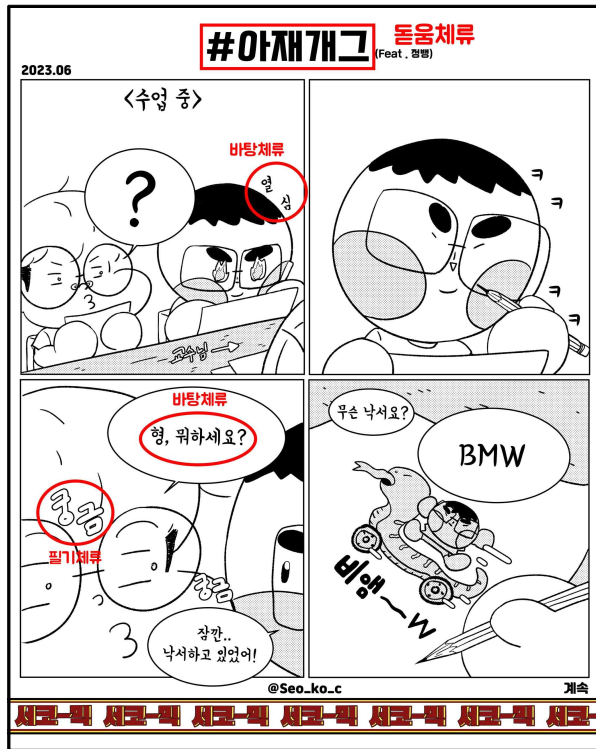
채색	유채색	단색	
	무채색	다색	
		명도 차이	

마. 서체

‘서코-믹’은 바탕체(명조 계열), 돋움체(고딕 계열), 필기체 총 3가지의 서체를 사용하여 그림[31]과 같이 인스타툰을 연출했다. 바탕체 종류의 서체는 균형적이고 반듯하며 가독

성이 좋아 ‘서코-믹’ 에서 주로 캐릭터 간의 대화나 효과음 연출에 사용했으며, 돋움체 종류의 서체는 곧고 획일적이며 딱딱한 이미지를 갖고 있다. 또한, 돋움체 종류의 서체는 돋보임의 효과가 커 ‘서코-믹’ 에서 타이틀이나 에피소드 제목의 서체로 주로 사용했으며, 필기체는 바탕체 종류의 서체와 같이 효과음 연출에 사용했다. 또한, 필기체는 역동적이거나 극적인 상황 연출에서 캐릭터 간의 대사나 효과음을 더 효과적으로 연출할 때 사용하여 대사 및 효과음이 인스타그램 이용자들에게 명료하게 전달될 수 있도록 연출했다.

그림[31] ‘서코-믹’ 서체 연출



3. ‘서코-믹’ 업로드 및 이용자 반응

가. 업로드

‘서코-믹’ 은 사례 분석을 통해 도출한 인스타그램의 시각적 연출 특징 45) 연구 결과를 바탕으로 제작했으며, 다음과 같이 ‘서코-믹’ 의 시각적 연출을 정리했다.46)

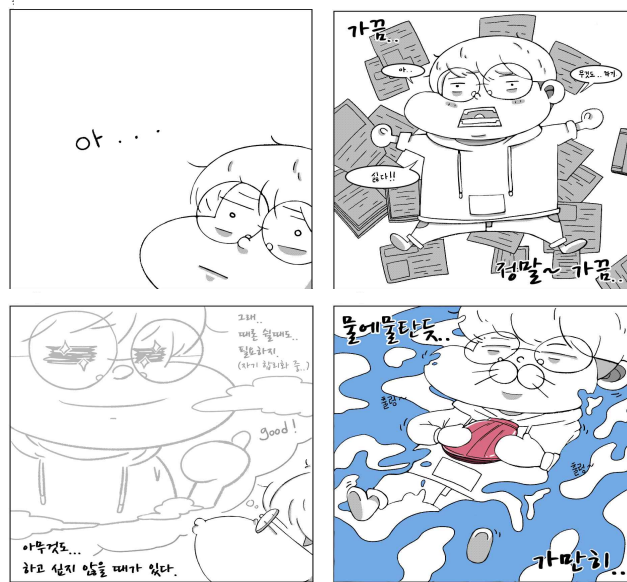
45) p38-39 참고

46) 표[24] 참고

(1) 단순성

‘서코-믹’은 그림[32]과 같이 명량만화체를 바탕으로 캐릭터 묘사를 단순하게 하고 표현을 절제 또는 생략을 통해 2-3 등신의 캐릭터를 제작하여 인스타툰 이용자들이 ‘서코-믹’의 캐릭터를 쉽게 인지할 수 있도록 유도했다. 또한, 단순화된 캐릭터를 통해 인스타툰 이용자들이 호기심과 친숙함을 느낄 수 있게 제작했으며 배경 묘사를 단순하게 하고 이미지 자료를 사용해 배경을 연출하거나 배경 연출을 생략한 캐릭터 중심의 연출을 통해 ‘서코-믹’의 전달력을 높였다. 또한, 포인트 칼라를 활용한 단색의 유채색 연출과 검은색, 회색, 스크린 톤 등 명도의 차이를 활용한 무채색 연출 등 단조로운 채색 연출을 통해 ‘서코-믹’의 가독성을 높였다.

그림[32] ‘가꿈’



(2) 명료성

또한, ‘서코-믹’은 그림[33]과 같이 정사각형 또는 직사각형 2가지의 이미지 비율을 사용하여 연출했으며, 단순 명료한 형태의 기본적인 컷을 1장에 4컷 이내로 연출하여 가독성을 높이고 연출의 산만함이 생기지 않도록 했다. 또한, 컷을 일정한 간격으로 명료하게 배치해 연출의 안정감이 들도록 연출했으며, 말풍선은 캐릭터의 선과 같은 굵기로 제작하여 연출의 통일감이 들게 했다. 말풍선은 캐릭터의 대사 순서에 따라 위에서부터 아래로 배치함으로써 ‘서코-믹’의 전달력과 가독성을 높였으

며 전체 타이틀인 ‘서코-믹’ 과 에피소드 제목은 크기와 위치 조정해 명료하게 보일 수 있도록 했으며 캐릭터 간의 대화 및 효과음 연출에서 자형이 균형적이며 반듯한 바탕체(명조 계열) 서체를 사용하고 타이틀 및 에피소드 제목에는 돋움체(고딕 계열) 서체를 사용하여 표제가 더 돋보이게 했으며 역 동적이거나 극적인 상황 속에서의 캐릭터 대사 및 효과음을 필기체로 연출함으로써 ‘서코-믹’ 이 이용자들에게 명료하게 전달될 수 있도록 했다.

그림[33] ‘대학원생이 무서워하는 것 1’



표[24] ‘서코-믹’ 시각적 연출

시각적 연출 요소	특성	표현	효과
캐릭터	단순성	·명량만화체를 바탕으로 2-3 등신의 캐릭터 제작 ·캐릭터 묘사 단순화 및 표현의 절제 또는 생략	·쉬운 인지 유도 ·호기심 유발 및 친숙함을 형성
배경		·배경 묘사 단순화 ·이미질 자료를 활용한 배경 연출 ·배경 생략 및	·전달력 향상

			여백을 활용한 캐릭터 중심 연출 ·포인트 칼라를 활용한 단색(單色)의 유채색 연출 ·검은색, 회색, 스크린 톤 등 명도의 차이를 활용한 무채색 연출	·가독성 향상
레이아웃	컷	명료성	·정사각형(1:1), 직사각형(4:5) 비율 사용 ·단순 명료한 형태의 기본적인 컷 구성 ·1장에 4컷 이내로 컷 연출 ·일정한 굵기와 간격으로 컷을 명료하게 배치함	·연출의 산만함과 가독성이 떨어지는 단점 보완 ·연출의 안정감 형성
	말풍선		·캐릭터의 선과 같은 굵기의 선으로 말풍선 제작 ·캐릭터의 대사 순서에 따라 말 풍선을 위에서부터 아래로 배치 ·말풍선을 연출에 사용하지 않는 경우, 글 또는 그림을 일정한 규 칙으로 명료하게 배치함	·연출의 통일감 형성 ·전달력 및 가독성 향상
	표제		·표제 크기 및 위치 조정 ·표현의 절제 및 단순화	·연출의 질서 유지 및 조화 중시 ·가독성 향상
서체			·캐릭터 간의 대화 및 효과음 연출 로 바탕체(명조 계열) 서체 사용 · 타이틀 및 에피소드 제목에 돋움체(고딕 계열) 서체 사용 ·역동적이거나 극적인 상황 연출에 캐릭터의 대사 또는 효과음 연출로 필기체 사용	·전달력 및 가독성 향상

그림[32], [33]과 같이 제작한 ‘서코-믹’ 중 일부 작품을 표[25]과 같이 본 연구자의 개인 계정(@seo_ko_c)에 올렸으며, 해시태그와 계정 태그 기능을 활용해 인스타그램

내에서 ‘서코-믹’의 노출도를 높였다. 또한, 본 연구자는 표[25]의 이용자 반응과 같이 댓글과 DM(Direct Message) 등을 통해 인스타그램 이용자들과 소통하며 이용자들이 능동적 참여자로서 ‘서코-믹’에 참여하도록 환경을 조성했다.

표[25] ‘얼죽아’

서코-믹	이용자 반응
	<p>댓글</p> <p>45주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 와 얼죽아! 대단해요!!! 답글 달기 숨기기</p> <p>seo_ko_c 45주 @ [user] 가끔은 따뜻한 아메리카노 마셔요;) ♥ 아주~ 가끔 ㅎㅎ 답글 달기</p> <p>45주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 저도 얼죽아.. 지금도 아이를 마시고 있습니다.. 답글 달기 숨기기</p> <p>seo_ko_c 45주 @ [user] 저도 지금 마시고 있는 중입니다!;) 답글 달기</p> <p>45주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 2023년도 행복하시고 좋은일만 생기기를 답글 달기 숨기기</p> <p>seo_ko_c 45주 @ [user] 감사합니다:) 공철이 님도 새해에도 좋은일만 생기고 행복하세요! 답글 달기</p> <p>45주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 역시 얼죽아가 최고죠 ㅎㅎㅎㅎ 겨울에 아이스크림이 진리 아닙니까!! 암 고렘요!! 답글 달기 숨기기</p>
<p>해시태그</p> <p>#인스타그램 #일상툰#공감툰#만화#코믹#일러스트 #웹툰 #그림 #커피 #아메리카노#얼죽아 #instatoon #cartoon #comics#anime #illustration #webtoon#manga #マンガ#漫画 #アニメ #선팔하면맛팔 #그림계정맛팔 #그림스타그램 #그림일기</p>	

나. 이용자 반응

본 연구자의 인스타그램 계정에 올린 ‘서코-믹’ 중 표[23] ‘얼죽아(얼어 죽어도 아이스아메리카노)’는 비가 오나 눈이 오나 아이스아메리카노만 마시는 대학원생의 모습을 인스타그램으로 제작한 작품으로 인스타그램 이용자들로부터 좋아요 59개를 받았다. 이 작품은 업로드 한 ‘서코-믹’ 작품 중 이용자들이 가장 적극적으로 반응한 작품으로 표[24]의 이용자 반응과 같이 이용자들이 “와 얼죽아! 대단해요!!!”, “저도 얼죽아.. 지금도 아이(아이스아메리카노)를 마시고 있습니다..”, “역시 얼죽아가 최고죠 ㅎㅎㅎㅎ 겨울에

도 아이스크림이 진리 아닙니까!! 암 고럼요!!!” 등의 댓글을 달며 반응했다. 또한, 표 [26]의 ‘고구마 러버’는 제목과 같이 고구마를 사랑하는 사람에 대한 에피소드로 ‘얼죽아’ 에피소드에 비해 좋아요 수는 적게 받았지만, 표[26]의 이용자 반응과 같이 이용자들이 “ㅋㅋㅋ”, “ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ아버지의 고구마 사랑이 엄청나시네요! 올해 고구마는 달달하니 맛있더라고요~”, “ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ저도 고구마를 좋아해서 저를 보는 것 같군요..” 등의 댓글이 달며 ‘서코-믹’에 공감하고 있는 것을 확인했다.

표[26] ‘고구마 러버’

서코-믹	이용자 반응
	<p>댓글</p> <p>41주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 음악조합이 ㅋㅋ 😊 답글 달기 숨기기 1</p> <p>seo_ko_c 41주 @ [user] ㅋㅋ 😊😭😭 상황과 딱 맞는 노래인것같아서 선택했습니다! 😊😭 답글 달기</p> <p>41주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 ㅋㅋㅋ 😊😭❤❤❤ 답글 달기 숨기기 1</p> <p>43주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 아버지 고구마 사랑이 엄청나시네요! 올해 고구마는 달달하니 맛있더라고요~ 답글 달기 숨기기 1</p> <p>seo_ko_c 43주 @ [user] ㅋㅋ 네, 그래서 저도 1일 1고구마 를 하고 있어요! 😊😭 답글 달기</p> <p>43주 · ♥ 작성자가 좋아하는 댓글 ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ저도 고구마 좋아해서 저를 보는 것 같군요.. 😊😭 답글 달기 숨기기 1</p> <p>seo_ko_c 43주 @ [user] 고구마를 좋아하시는군요! 😊😭 저도 고구마를 좋아해요! 다이어트에도 좋고 ~ 맛도 좋죠! ❤️</p>
<p>해시태그</p> <p>#인스타툰#만화#키툰#코믹#일러스트#낙서#드로잉#그림#그림계정 #맞팔#웹툰#일상#공감#일상툰#공감툰#고구마#아빠 #comic#cartoon#webtoon#drawing#illustration#art#anime#絵#漫画#マンガ#イラスト#韓国#manga#korea</p>	

본 연구자는 위와 같은 이용자들의 반응을 통해, 다음과 같은 결과를 도출했다. 첫째, 인스타툰은 이야기의 소재가 대중적이며 단순할수록 이용자들의 관심 및 공감을 얻기 쉽다. 둘째, 인스타툰의 시각적 연출이 단순 명료할수록 인스타툰의 전달력과 가독성을 높여 이용자들이 인스타툰을 쉽게 이해할 수 있게 한다. 셋째, 댓글 또는 DM(Direct Message)을 통한 이용자와의 지속적인 소통은 이용자

들을 수동적 수용자에서 능동적 수용자로 변화시키고, 작품의 팬덤(fandom)을 형성시킨다.

제3장 결론

본 연구는 선행 연구, 문헌 조사, 사례 분석, 작품 제작 순으로 연구를 진행하여 인스타툰의 시각적 연출 특징연구 결과를 도출했다.

선행 연구는 학술연구정보서비스(RISS)에 등록된 인스타툰 관련 학위 및 학술논문과 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 2022 만화·웹툰 이용자 실태조사, 나스미디어에서 조사한 2022 인터넷 이용자 조사를 바탕으로 연구를 진행했다. 선행 연구와 문헌 조사를 통해 인스타툰을 고찰했으며 그 개념 및 특징을 정의했다. 사례 분석은 본 연구자가 직접 조사하여 정리한 인스타툰 연출 기본 분석표와 팔로워 10만 이상 국내 인스타툰 작가 25명의 작품을 바탕으로 사례 분석을 진행했으며, 인스타툰의 시각적 연출 특징을 분석하여 다음과 같이 정리했다.

인스타툰의 시각적 연출에서 나타나는 대표적인 특징은 2가지로, ‘단순성’과 ‘명료성’이 있다. ‘단순성’은 인스타툰에서 주로 캐릭터, 배경 등 이미지 형태와 묘사의 단순화를 통해 인스타툰 이용자들의 호기심을 유발하고 친숙함을 느끼게 하여 쉽게 다가갈 수 있게 하는 형식으로 나타나 있다. 또한, 단색 또는 다색의 단조로운 유채색 연출과 검은색, 회색, 스크린 톤 등의 무채색 연출을 통해 인스타툰 이용자들의 쉬운 인지를 유도하고 똑같은 크기의 컷을 일정한 간격으로 단순 반복 배치하여 연출의 안정감이 들게 한다,

‘명료성’은 인스타툰에서 주로 캐릭터, 배경, 레이아웃(컷, 말풍선, 표제), 채색, 서체 등의 시각적 연출 요소의 최소화를 통해 전달력과 가독성을 높이는 형식으로 나타나 있다. 이러한 ‘명료성’은 조형적, 상징적인 표현의 절제 또는 생략을 통해 인스타툰을 단순 명료하게 함으로써 이용자들이 인스타툰을 쉽게 이해할 수 있게 한다. 또한, 바탕체(명조 계열), 돋움체(고딕계열) 등 자형이 균형적이며 명료한 서체를 사용하고 캐릭터, 레이아웃(컷, 말풍선, 표제) 등을 규칙적이며 명료하게 배치하여 연출의 안정감이 들게 한다.

본 연구자는 위와 같은 인스타툰의 시각적 연출 특징을 바탕으로 연구자의 작품 ‘서코-믹’을 제작했다. 제작한 작품 중 일부는 연구자의 인스타그램 계정에

올려 인스타툰 이용자들의 반응을 확인했으며, 다음과 같은 결과를 도출했다. 첫째, 인스타툰은 이야기의 소재가 대중적이며 단순할수록 이용자들의 관심 및 공감을 얻기 쉽다. 둘째, 인스타툰의 시각적 연출이 단순 명료할수록 인스타툰의 전달력과 가독성을 높여 이용자들이 인스타툰을 쉽게 이해할 수 있게 한다. 셋째, 댓글 또는 DM(Direct Message)을 통한 이용자와의 지속적인 소통은 이용자들을 수동적 수용자에서 능동적 수용자로 변화시키고, 작품의 팬덤(fandom)을 형성시킨다.

위와 같이 본 연구자는 인스타툰의 시각적 연출 특징을 도출했으며, 연구 결과를 바탕으로 인스타툰 ‘서코-믹’을 제작하여 이용자들의 반응을 확인했다.

본 연구는 인스타툰의 내용적 연출 특징에 관한 연구 내용이 빠져 있는 점과 인스타툰의 시각적 연출 특징을 단순성과 명료성 2가지로 압축하여 정리한 점에서 인스타툰의 연출 특징을 모두 정의 하는데 한계점을 갖고 있다. 따라서, 본 연구자는 기회가 된다면 후속 연구로 인스타툰의 내용적 연출 특징을 분석하고 시각적 연출을 더 심도 있게 분석하여 인스타툰의 연출 특징을 연구하고자 한다.

본 연구는 위와 같이 한계점을 갖고 있지만, 인스타툰을 포함한 디지털 만화 콘텐츠가 나아가야 할 방향을 일부 제시했다고 판단하며, 본 연구가 인스타툰과 디지털 만화 콘텐츠 제작의 유용한 참고 자료로서 도움이 되기를 기대한다.

참고문헌 및 자료

<단행본>

- 마메. 「이유 따윈 없어(얼렁뚱땅 넘어가고 우당탕탕 해결하는 싱글 맘의 일상 코미디)」. 『알에이치코리아』. (2020)
- 수신지. 「며느라기(며느리의, 며느리에 의한, 며느리를 위한)」. 『글프레스』. (2018)
- 이수경. 「인스타그램으로 웹툰 작가 되기」. 『보랏빛소』. (2019)
- 키크니. 「키크니의 무엇이든 그려드립니다!」. 『arte(아르테)』. (2019)
- 표지희. 「인스타그램과 페이스북으로 누구나 쉽게 시작하는 SNS웹툰 무작정 따라하기」. 『(주)도서출판 길벗』. (2020)

<학위논문>

- 강민경. 「미디어 콘텐츠를 활용한 공공캠페인 연구」. 『홍익대학교 국제디자인전문대학원』. (2021)
- 민은혜. 「인스타그램을 활용한 마케팅 전략 연구: 인스타그램 ‘생리 중이야’ 를 중심으로」. 『홍익대학교 국제디자인전문대학원』. (2021)
- 이승연. 「SNS 콘텐츠를 통한 자전적 캐릭터의 브랜딩화: SNS 콘텐츠 ‘토복이’ 를 중심으로」. 『건국대학교 대학원』. (2022)

<학술논문>

- 강민경, 이보연. 「에티켓 공익광고의 수용효과에 관한 연구」. 『커뮤니케이션디자인학회』. (2021)
- 김민, 태지호. 「인스타그램 ‘페미툰’ 의 스토리텔링 방식에 관한 연구: 인스타그램의 ‘자기표현을 넘어선 실천적 참여’ 가능성」. 『글로벌문화콘텐츠학회』. (2019)
- 류유희. 「SNS 웹툰에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구」. 『한국만화애니메이션학회』. (2021)
- 백종성. 「SNS 웹툰에서 나타나는 참여적 특성 연구 -준사회적 상호작용을 중심으로-」. 『한국만화애니메이션학회』. (2022)
- 이보혜, 윤기현. 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 -인스타그램을 중심으로-」. 『한국디자인트렌드학회』. (2021)
- 이승희, 안형수. 「인스타그램이 데이트 폭력 편견에 미치는 영향과 그 과정에 관한 연

구: 뉴스기사와 비교를 중심으로」. 『한국언론학회』. (2020)

최민지. 「인스타그램, 정동하는 진정성의 일상」. 『대중서사학회』. (2022)

<보고서>

나스미디어. 2021 인터넷 이용자 조사

나스미디어. 2022 인터넷 이용자 조사

한국콘텐츠진흥원. 2021 만화웹툰 이용자 실태조사 보고서

한국콘텐츠진흥원. 2022 만화웹툰 이용자 실태조사 보고서

<국내 인스타그램>

간호사 비자. (@rn.bizza). <https://www.instagram.com/meongdi/>

감자. (@g_zaing). https://www.instagram.com/g_zaing/

김그래. (@gimgre). <https://www.instagram.com/gimgre/>

김뱀새. (@drawing_baepsae). https://www.instagram.com/drawing_baepsae/

러브동동. (@love_doong.doong). https://www.instagram.com/love_doong.doong/

마님툰. (@manim_toon). https://www.instagram.com/manim_toon/

멍디. (@meongdi). <https://www.instagram.com/meongdi/>

배성태. (@grim_b). https://www.instagram.com/grim_b/

별미미. (@byeolmimi). https://www.instagram.com/byeol_mimi/

삼우실. (@3woosil). <https://www.instagram.com/3woosil/>

소금툰. (@oneulee). <https://www.instagram.com/oneulee/>

양치기. (@yangchikii). <https://www.instagram.com/yangchikii/>

엄유진. (@punj_toon). https://www.instagram.com/punj_toon/

연그림. (@yeon_grim). https://www.instagram.com/yeon_grim/

오느리. (@sogeumtoon). <https://www.instagram.com/sogeumtoon/>

오늘의다은. (@todaydaeun). <https://www.instagram.com/todaydaeun/>

유영근. (@jhiro2). <https://www.instagram.com/jhiro2/>

이아리. (@i_iary2). https://www.instagram.com/i_iary2/

이숨. (@2soom_toon). https://www.instagram.com/2soom_toon/

임유끼. (@imyoukki). https://www.instagram.com/2soom_toon/

재수의연습장. (@jessoo). <https://www.instagram.com/jessoo/>
조인섭. (@insup_cho). https://www.instagram.com/insup_cho/
키크니. (@keykney). <https://www.instagram.com/keykney/>
터다. (@tyeodya). <https://www.instagram.com/tyeodya/>
퇴사원j. (@illust_jk). https://www.instagram.com/illust_jk/

<해외 인스타툰>

まめ. (@bonjinmame). <https://www.instagram.com/bonjinmame/>

국문초록

인스타툰의 시각적 연출 특징 연구

- 연구자의 창작 인스타툰 ‘서코-믹’ 을 중심으로 -

윤석호

지도교수 : 황중환

조선대학교 일반대학원

만화애니메이션학과

21세기, 디지털 기술이 발달하면서 만화, 애니메이션, 게임, 영화, 음악 등의 콘텐츠들이 디지털화되고, 유튜브, 틱톡 등 1인 미디어 온라인 플랫폼과 페이스북, 인스타그램, 트위터 등의 소셜미디어가 다양하게 생겨나면서 콘텐츠 역시 여러 형태로 발전하여 나타나고 있다.

그 중 ‘인스타툰’은 이미지를 기반으로 한 소셜미디어인 인스타그램에서 연재되고 있는 디지털 만화 콘텐츠로 ‘SNS 웹툰(Social Network System Webtoon)’으로도 불리고 있다. 인스타툰은 현재 국내에서 웹드라마, 출판, 전시, 공모전 등을 통해 온·오프라인 공간에서 활발하게 나타나고 있으며 대중의 관심 받는 디지털 만화 콘텐츠 중 하나다. 하지만 그에 비해 인스타툰과 관련된 연구는 미미한 상태며 특히 연출 및 제작에 관련된 연구가 많이 진행되지 않은 상태다. 따라서, 본 연구자는 인스타툰의 연출 및 제작에 관한 연구의 필요성이 있다고 판단했으며, 본 연구인 인스타툰의 시각적 연출 특징연구를 통해 다음과 같은 연구 결과를 도출했다.

인스타툰의 시각적 연출에서 나타나는 대표적인 특징은 2가지로, ‘단순성’과 ‘명료성’이 있다. ‘단순성’은 인스타툰에서 캐릭터, 배경 등 이미지 형태와 묘사의 단순화를 통해 인스타툰 이용자들의 호기심을 유발하고 친숙함을 느끼게 하여 쉽게 다가갈 수 있게 하는 형식으로 나타나 있다. 또한, 단색 또는 다색의 단조로운 유채색 연출과 검은색, 회색, 스크린 톤 등의 무채색 연출을 통해 인스타툰 이용자들의 쉬운 인지를 유도하고 똑같은 크기의 컷을 일정한 간격으로 단순 반복 배치하여 연출의 안정감이 들게 한다,

‘명료성’은 인스타툰에서 캐릭터, 배경, 레이아웃(컷, 말풍선, 표제), 채

색, 서체 등의 시각적 연출 요소의 최소화를 통해 전달력과 가독성을 높이는 형식으로 나타나 있다. 이러한 ‘명료성’은 조형적, 상징적인 표현의 절제 또는 생략을 통해 인스타툰을 단순 명료하게 연출 함으로써 이용자들이 인스타툰을 쉽게 이해할 수 있게 한다. 또한, 바탕체(명조 계열), 돋움체(고딕계 열) 등의 자형이 균형적이며 명료한 서체를 사용하고 캐릭터, 레이아웃(컷, 말풍성, 표제) 등을 규칙적이며 명료하게 배치하여 연출의 안정감이 들게 한다.

본 연구자는 위와 같은 인스타툰의 시각적 연출 특징을 바탕으로 연구자의 작품 ‘서코-믹’을 제작했다. 제작한 작품 중 일부는 연구자의 인스타그램 계정에 올려 이용자들의 반응을 확인했으며 다음과 같은 결과를 도출했다. 첫째, 인스타툰은 이야기의 소재가 대중적이며 단순할수록 이용자들의 관심 및 공감을 얻기 쉽다. 둘째, 인스타툰의 시각적 연출이 단순 명료할수록 인스타툰의 전달력과 가독성을 높여 이용자들이 인스타툰을 쉽게 이해할 수 있게 한다. 셋째, 댓글 또는 DM(Direct Message)을 통한 이용자와의 지속적인 소통은 이용자들을 수동적 수용자에서 능동적 수용자로 변화시키고, 작품의 팬덤(fandom)을 형성시킨다.

현대 사회 속에서 디지털 콘텐츠는 유튜브 숏츠(Youtube shorts)와 틱톡(Tiktok) 등과 같이 점차 짧고 단순하게 변하고 컴퓨터, 노트북 등 장시간 동안 한곳에 머물러 이용하기보다는 디지털 휴대기기를 통해 다양한 장소로 이동하면서 쉽고 간편하게 즐기게 되었다. 이러한 디지털 콘텐츠의 변화 흐름 속에서 본 연구자는 인스타툰의 시각적 연출 특징연구를 통해 인스타툰과 디지털 만화 콘텐츠가 앞으로 나아가야 할 방향을 일부 제시했으며, 본 연구가 인스타툰 및 디지털 만화 콘텐츠 제작과 연출의 유용한 참고 자료로서 도움이 되기를 기대한다.

키워드: 인스타툰, 인스타그램, SNS, 웹툰, 소셜미디어