

인스타툰, 정동하는 진정성의 일상

최민지*

1. 인스타툰, 동일시의 일상툰
 - 1-1. 웹툰, SNS툰, 일상툰
 - 1-2. 캐릭터와 작가의 강한 동일시
2. 진정성의 정동적 전환
3. 여성의 사적 경험의 문제화
4. 광고툰, 진정성 훼손의 딜레마
5. 결론을 대신하여: 인스타툰의 미래

국문초록

본고는 인스타툰의 핵심 기제가 진정성이라는 점을 포착하여, 진정성을 정동으로 개념화함으로써 인스타툰의 미학과 정치적 가능성에 대해 밝히 고자 한다. 이는 개별 인스타툰의 작품성이 아니라, 인스타툰의 매체적 특성을 고려하며 이들이 만들어내는 현상에 종합적으로 주목하였을 때 가능 해진다.

인스타툰은 인스타그램에서 연재되는 SNS툰이며, 일상에서 소재를 취 하고, 일상의 돌레에서 감상된다는 점에서 일상툰의 성격이 강하다. 그리고 작가의 적극적 노출로 인해 캐릭터와 작가 간의 강한 동일시가 일어난 다. 캐릭터는 작가를 대리하는 가면으로 여겨지고 서사는 작가의 자전적 이야기로 느껴진다. 이 같은 매체적 특성에 의해 인스타툰에서는 진정성이 핵심적인 가치로 나타난다. 이때 진정성은 개인적인 것이 아니라 인스

* 서울대학교 국어국문학과 박사수료

타툰의 장을 구성하는 모두와 연관을 맺는 집단적인 정동이다. 진정성은 게시물과 댓글 사이를 순환하며 축적되고, 다방향적이고 역동적인 영향을 끼친다. 나아가 진정성의 정동은 개개의 인스타툰보다 선행하여, 인스타툰 장르 자체를 진정성이 펼쳐지는 공간으로 감각하게 한다.

진정성의 정동으로 인해 일상의 경험들은 인스타툰에서 솔직하게 토로되며, 이는 지금까지 비가시화되었던 사적 영역들을 문제로 가시화하는 효과를 낳는다. 가령 여성의 임신·출산·육아 경험을 다룬 인스타툰은 이것이 단지 혼자만의 문제가 아님을 전달하고, 식이 장애 및 기분 장애 경험을 다룬 인스타툰은 이것이 전문 치료를 요하는 문제임에 대해 말한다. 그러나 한편으로 인스타툰은, 주 수입원인 광고툰이 진정성을 훼손한다는 딜레마에 처해 있다. 이를 막기 위해 행해지는 여러 전략들은 인스타툰에서 진정성이 중요한 가치라는 것을 재차 방증한다.

진정성의 정동에 주목하여 볼 때, 지금까지 한계로만 여겨진 인스타툰의 특징들, 즉 단순한 서사, 일상적 소재, 간단한 그림체 등은 오히려 진정성의 정동을 더 잘 일으키는 것이 된다. 인스타툰의 미래는 이 특징들을 적극적으로 긍정하면서 진정성의 정동을 더욱 다채롭게 일구어내는 데에 달려 있다.

(주제어: 인스타툰, 웹툰, SNS툰, 일상툰, 진정성, 정동, 매체)

1. 인스타툰, 동일시의 일상툰

1-1. 웹툰, SNS툰, 일상툰

‘인스타툰(Instatoon)’이란 2010년에 등장한 SNS 플랫폼 ‘인스타그램

(Instagram)'과 '웹툰(Webtoon)'의 합성어로, 인스타그램에서 창작·유통·감상되는 만화를 말한다. 인스타툰은 2018년을 기점으로 부상하여 현재 약 142만 개 이상의 게시물이 존재할 정도로 성행하고 있다.¹⁾ 이처럼 인스타툰은 오늘날 하나의 독자적인 장르와 현상을 이루고 있다. 지금까지 인스타툰에 대해 논한 연구들이 몇 있으나,²⁾ 인스타툰의 매체적 특성과 그 미학에 대해 본격적으로 논한 연구는 전무하다. 본고는 이를 구명하고 이에 내재하는 정치적 가능성까지를 읽어내는 것을 목표로 한다.

인스타툰의 매체적 특성에 대해 알아보기 위해서는, 먼저 이와 인접한 용어인 웹툰, SNS툰, 일상툰과 인스타툰이 어떠한 연관을 맺는지 살필 필요가 있다. '웹툰'은 '웹(Web)'과 '카툰(Cartoon)'의 합성어로, "디지털로 제작되거나 디지털로 변환되어, 웹을 통해 유통, 소비되는 만화"를 일컫는다.³⁾ 이와 유사한 개념으로 '디지털 만화', '인터넷 만화' 등이 있다. 이 같은 웹툰에 속하는 만화 중에, 'SNS툰'이라 불리는 것들이 있다. SNS툰은 말 그대로 1인 미디어 플랫폼인 SNS(Social Network Service)를

1) 2022년 10월 기준 인스타그램 검색 창에 '#인스타툰' 태그를 검색한 결과이다. 참고로 본고에서 인스타그램 계정을 언급할 때는 앞에 '@'를, 특정 태그를 언급할 때는 앞에 '#' 기호를 붙였다. 해당 정보를 인스타그램의 검색 창에 입력하면 본고에서 언급하는 예시들을 직접 확인할 수 있다. 예시로서 대표적으로 언급되는 만화들에는 연구자의 개인적인 선호가 반영되어 있을 수 있다는 점에 대해서도 앞서 밝힌다.

2) 지금까지 '인스타툰'에 주목한 연구들은 다음과 같다. 류유희, 「SNS 브랜드웹툰의 특성에 관한 연구: 인스타그램 브랜드웹툰을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 59, 한국만화애니메이션학회, 2020, 483-509쪽; 이승희·안현수, 「인스타툰이 데이트폭력 편견에 미치는 영향과 그 과정에 관한 연구: 뉴스기사와의 비교를 중심으로」, 『한국언론학보』 64(4), 한국언론학회, 2020, 5-39쪽; 이보혜·윤기현, 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 - 인스타툰을 중심으로」, 『한국디자인포럼』 26(3), 한국디자인트렌드학회, 2021, 149-160쪽; 류유희, 「SNS 웹툰에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구」, 『애니메이션연구』 17(3), 한국애니메이션학회, 2021, 100-112쪽.

3) 박인하, 「한국 웹툰의 변별적 특성 연구」, 『애니메이션연구』 11(3), 한국애니메이션학회, 2015, 83쪽.

기반으로 연재되는 웹툰을 의미한다. ‘SNS 만화’, ‘1인 미디어 웹툰’이라 하기도 한다.⁴⁾ 이는 주류가 되는 SNS의 변화에 따라 1세대(블로그, 싸이월드), 2세대(페이스북, 트위터), 3세대(인스타그램)를 거치며 현재까지 이어져 왔다.⁵⁾

본고의 연구 대상인 인스타툰은 SNS 인스타그램에 연재된다는 점에서 SNS툰에 해당한다. SNS툰은 오늘날 인스타툰에서 전성기를 맞았다고 할 수 있을 것이다. 논의의 명료함을 위해 ‘SNS툰’과 ‘SNS툰이 아닌 웹툰’의 개념을 구분할 필요가 있다. 따라서 SNS툰 또한 넓은 의미에서 웹툰에 속하는 것이 맞으나, 본고에서는 웹툰을 SNS툰과는 구별되는 좁은 의미의 웹툰만을 지칭하는 것으로서 한정하고자 한다. 이때의 웹툰이란 SNS툰이 아닌, 현재 네이버·카카오 등의 포털 사이트 혹은 웹툰 플랫폼에서 전문적으로 연재되고 소비되는 만화를 일컫는다.

인스타툰의 매체적 특성을 살피는 데 있어서 가장 핵심적으로 고려해야 할 것은, 인스타툰이 SNS툰이라는 것, 즉 SNS의 매체적 환경에서 감상된다는 것이다. 그러나 지금까지 SNS툰에 대해 논한 기존의 연구들은 SNS툰의 매체적 환경을 도외시하고, 웹툰과 비교하였을 때 SNS툰이 지닌 특성을 단지 ‘한계’의 관점에서만 조명한 측면이 있다. 기존 연구는 SNS툰이 지닌 특성으로 ‘개인 계정에 연재되므로 작가의 일상성이 두드러진다

4) ‘SNS툰’에 주목한 연구들은 다음과 같다. 박세현, 「1인 미디어 플랫폼과 웹툰에 대한 연구」, 『만화포럼 간』 5, 2017, 235-247쪽; 백중성, 「1인 미디어와 웹툰: 현실과 가상의 공존」, 『만화비평』 7, 정음서원, 2018, 30-42쪽; 이화자, 「SNS 만화 현황과 특징, 발전방향」, 『만화포럼 간』 7, 2019, 234-256쪽; 이보혜·윤기현, 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 - 인스타툰을 중심으로」, 『한국디자인포럼』 26(3), 한국디자인트렌드학회, 2021, 149-160쪽; 류유희, 「SNS 웹툰에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구」, 『애니메이션연구』 17(3), 한국애니메이션학회, 2021, 100-112쪽.

5) 이보혜·윤기현, 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 - 인스타툰을 중심으로」, 『한국디자인포럼』 26(3), 한국디자인트렌드학회, 2021, 152-156쪽.

는 점, 게시물의 형식에 제한이 있다는 점, 소모성이 빠르다는 점' 등을 꼽았다. 그리고 이로 인해 나타나는 SNS툰의 장르적 특성을 공감과 즐거움 위주의 단순한 서사와 일상적 소재로 종합하면서, 이를 장르적 한계로서 본다. 아울러 그 돌파구를 SNS툰만의 고유한 연출 기법을 발전시키는 것에서 찾는다.⁶⁾ 그러나 보다 중요한 것은 SNS툰의 이러한 특성들을 '극복'하려는 것이 아니라 적극적으로 '긍정'하는 것이 아닐까. 그럼으로써 비로소 SNS툰만이 성취할 수 있는 미학이 드러날 것이다.

실제로 개개의 인스타툰 만화가 뛰어난 작품성과 완성도를 보인다고 말하기에는 어려운 면이 있다. 서사가 단순하고 소재가 일상적인 것뿐만 아니라, 그 그림체 또한 간단하고 아기자기하며, 때로는 엉성하고 어설피게 보이기까지 한다. 따라서 기존의 출판 만화와 웹툰의 경우에서처럼 만화의 연출, 서사, 그림체 등을 기준으로 인스타툰을 평가한다면 인스타툰은 아마도 그다지 좋은 평가를 받지 못할 것이다. 그러나 본고는 개별 인스타툰의 작품성과 완성도에 주목하기보다는, 인스타툰의 매체적 특성에 유의하며 이들이 빚어내는 전반적인 흐름과 현상에 주목하고자 한다. 이를 통해 본고는 지금까지 SNS툰과 인스타툰의 한계로 말해져 왔던 지점들, 즉 단순한 서사, 일상적 소재, 간단한 그림체 등에 내재하고 있는 가능성을 읽어내려 한다.

SNS툰의 특성 중 하나인, 작가의 일상이 두드러지는 만화들을 일컫는 용어로는 '일상툰'이 있다. 일상툰이란 "작가 자신의 자전적 일상을 소재로, 자신을 표현한 캐릭터를 중심인물로 만들어 캐릭터와 작가를 동일시

6) 이보혜·윤기현, 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 - 인스타툰을 중심으로」, 『한국디자인포럼』 26(3), 한국디자인트렌드학회, 2021, 158-159쪽. 이화자 또한 '별다른 수익구조가 없는 점, 이미지와 이야기 전개에 한계가 있다는 점, 저작권 문제가 발생할 위험이 높다는 점, 소모성이 빨라 작품의 완성도가 낮다는 점' 등을 SNS툰의 한계로 지적하고 있다. (이화자, 「SNS 만화 현황과 특징, 발전방향」, 『만화포럼 칸』 7, 2019, 251-252쪽.)

하는 문법을 전제한 장르”이다.⁷⁾ 유사한 용어로 ‘에세이툰·생활툰·다이
어리툰·감성툰·자기 재현적 웹툰’ 등이 있으나 현재는 일상툰이라는 용어
가 일반적으로 자리잡았다. 넓은 의미에서 작가가 자신의 일상을 소재로
삼는 만화들을 대개 일상툰이라 한다. 인스타툰에서도 작가가 자신의 일
상을 주된 소재로 삼는 이와 같은 일상툰을 쉽게 찾아볼 수 있다.

자신의 일상을 소재로 삼아 서사화하는 것은, 사실상 2000년대 초반 홈
페이지에 연재되던 초기 웹툰에서부터 일찍이 두드러진 특성이었다.⁸⁾ 하
지만 오늘날 인스타툰은 이들 웹툰 및 이전의 SNS툰과 비교해 보아도, 일
상툰이 차지하는 비중이 상당히 크다는 특징이 있다. 인스타툰에서는 일
상툰에 해당하는 만화들이 대부분이라고 해도 과언이 아니다. 2022년 10
월 기준 ‘#일상툰’으로 검색한 결과 106만 게시물이 집계되는데, 이는 더
많은 노출을 위해 여러 태그를 함께 쓰는 인스타그램의 문화로 인해 대부
분 ‘#인스타툰’의 태그와 중복되고 있다. 이와 같은 사실은 오늘날의 인스
타툰이 일상툰의 성격을 띠고 있는 경우가 많다는 것을 방증한다.⁹⁾

실제로 인스타툰에서 주로 다루는 소재들을 꼽아보면, 직업·꿈, 반려동
물, 연애·결혼, 운동, 취미, 여행, 가족, 종교, 유년 시절, 개인적 고민, 폭
력·피해 경험, 임신·출산·육아 경험, 식이 장애 및 기분 장애 경험, 재미있

7) 김건형, 「일상툰의 서사 문법과 자기 재현이라는 전략 - 여성 일상툰의 정치미학을 중
심으로」, 『대중서사연구』 24(4), 대중서사학회, 2018, 123쪽.

8) 웹툰의 ‘자기 재현성’은 웹툰 고유의 서사적 특질로 꼽히기도 한다. 관련하여 류철균·이
지영(「자기 재현적 웹툰의 주제 의식 연구」, 『대중서사연구』 30, 대중서사학회, 2013,
117-147쪽)의 논의 참고.

9) 현재 인스타툰에서 ‘일상툰’에 해당하는 유형들이 다수를 차지하고 있는 것은 사실이지
만, 이에 해당하지 않는 인스타툰의 유형도 존재한다. 예를 들어, ① 웹툰과 같이 순차적
감상이 중요한 스토리가 전개되는 경우 (수신지(@sooshinji) 작가의 <며느라
기>(@min4rin)), ② 제보를 받는 경우 (조변호사의 이혼사건 다이어리(@insup_cho)),
③ 허구적인 세계관을 기반으로 하는 경우 (난(@luv_nan2) 작가의 <틴틴팅클>) 등이 있
다. 셋째 경우 귀여운 캐릭터를 내세워 관련 상품들을 출시하기도 한다.

거나 신기한 일화·썰, MBTI 성격 유형 등으로, 작가가 일상에서 겪는 소재와 경험들이 대다수이다. 대개의 인스타툰 작가들은 위의 여러 소재들을 가리지 않고 폭넓게 다루나, 작가에 따라 특정 소재에 특화되어 이에 대해서만 연재하기도 한다.¹⁰⁾

인스타툰에서 일상툰이 특히 강세를 보이는 이유는, 인스타그램에 연재되는 인스타툰의 매체적 특성에서 기인하는 바가 많다. 먼저 인스타툰은 최대 10장의 이미지로 제한되고, 이미지를 왼쪽으로 넘기는 형식을 취한다. 이는 네이버 웹툰 플랫폼의 ‘컷툰’과 동일한 방식이다. 아래로 스크롤링하는 일반 웹툰이 수직적인 서사 전개를 하는 반면, 옆으로 슬라이딩하며 읽는 컷툰은 수평적인 서사 전개를 한다. 이와 같은 감상 방식의 차이로 인해, 웹툰의 스크롤링이 속도감을 주는 것에 비해 컷툰의 감상 속도는 더 느리다. 한 컷에 담긴 서사 시간이 더 많아 컷마다 머무르는 시간도 컷툰에서 더 길다.¹¹⁾ 때문에 컷툰의 형식을 통해 빠른 속도감으로 인한 몰입을 느끼기는 어려운데, 이러한 컷툰의 특성은 일상의 이야기를 소소하게 다루는 일상툰의 서사와 잘 조응한다. 따라서 컷툰과 유사한 형식을 지닌 인스타툰에서도 일상의 이야기들이 주로 다루어지고 있는 것이다.

이처럼 인스타툰은 소재와 서사 구성 면에서 일상과 친연성을 지닌다. 덧붙여 인스타툰은 만화가 감상되는 구조에 있어서도 일상과 강한 친연성을 지닌다는 특징이 있다. 웹툰과 달리 인스타툰은 만화를 전문으로 하는 공식 플랫폼에서 연재되는 것이 아니다. 인스타툰을 감상하기 위해서, 감상자는 인스타툰 작가의 개인 인스타그램 계정을 하나씩 ‘팔로우’ 해야 한다. 이후 감상자가 작가의 계정을 클릭하여 게시물을 모아 감상하는 것이

10) 가령 비자(@rn.bizza)의 경우, 간호사로서 병동에서 겪는 일화들만을 다룬다.

11) 안서현, 「스토리과 디스플레이: 일반 웹툰·출판만화와의 비교를 통해 본 컷툰의 독자 경험」, 『횡단인문학』 11, 인문학 연구소, 2022, 166-168쪽.

아니라면, 매일의 인스타툰은 다른 계정의 게시물들과 함께 감상자의 피드에 무작위적·산발적으로 제시된다.

이전 SNS들에 비해 보다 이미지 중심적이며 자기 표현적인 인스타그램에서, 인스타툰의 만화 이미지는 감상자의 현실 지인들의 일상을 담은 이미지들과 병치된다. 이러한 상황에서 인스타툰에 그려지는 캐릭터들은 마치 감상자의 실제 지인들과 유사한 존재로 여겨지기 쉽다. 때문에 감상자가 인스타툰을 정기적으로 감상한다는 것에는, 단순히 만화를 감상한다는 의미뿐 아니라 그 일상을 감상자의 '일상 둘레에 놓는다'는 의미 또한 존재한다. 그리고 이때의 감상자는 별도의 앱이나 창을 의식적으로 클릭함으로써 인스타툰을 보는 것이 아니다. 즉 인스타그램에서 인스타툰은 일상을 담은 다른 게시물들과 함께, '일상과 한 데 섞여' 감상된다. 또한 인스타툰은 감상자의 일상 속에서, '일상의 리듬을 따라' 감상된다. 정해진 연재 일시가 없는 인스타툰은 비정기적으로 불규칙하게, 하지만 반복적으로 연재되는데, 이는 일상적 리듬의 형태와 닮아 있다.

이처럼 인스타툰은 일상 둘레에서, 일상과 한 데 섞여, 일상의 리듬을 따라 감상된다. 이러한 의미에서도 인스타툰은 또한 '일상툰'이라 할 수 있다. 인스타툰은 단순히 일상을 소재로 하기 때문에 일상툰에 해당하는 만화들의 비중이 높은 것뿐 아니라, 감상자의 일상과 함께한다는 점에서 일상툰이기도 한 것이다.

일상과 강한 친연성을 지니는 인스타툰은, 그 형태 또한 일상툰과 상당 부분 닮아 있다. 현재 인스타툰에서 다수를 차지하고 있는 만화의 특징을 종합해보면 다음과 같다. 이는 ① 현실의 시공간을 배경으로 하여, ② 일상의 소재를 취하고 일상에서 있음직한 서사가 전개되고, ③ 각 게시물이 독립적으로 감상되는 에피소드식 구성을 취하며,¹²⁾ ④ 귀엽고 아기자기하며, 간단하고 어찌면 엉성해 보이기까지 하는, 부드럽고 친근한 그림체를

가진 것들이다.¹³⁾

1-2. 캐릭터와 작가의 강한 동일시

앞서 인스타툰의 특성에 대해 SNS툰과 일상툰의 개념을 위주로 하여 살펴보았다. 이와 같은 두 특성을 겹쳐 보면, 인스타툰에서 두드러지는 또 하나의 특징이 드러난다. 이는 바로 인스타툰의 일상툰에서는 ‘캐릭터와 작가의 동일시’가 강하게 일어난다는 것이다. 물론 작가의 일상에서 소재를 취하는 일상툰의 특성상, 웹툰과 다른 SNS툰의 일상툰에서도 캐릭터와 작가 간의 동일시가 어느 정도 일어나기는 마련이다. 그러나 이들 일상툰의 경우, 감상자가 캐릭터가 아닌 실제 작가의 모습을 직접적으로 인지할 기회는 거의 존재하지 않는 반면, 자기 표현적 이미지가 주가 되는 인스타그램에서는 캐릭터 뒤의 작가가 인스타그램의 여러 경로를 통해 적극적으로 노출된다.

가령 인스타툰의 작가는 24시간 뒤에 사라지는 ‘스토리’를 통해 자신의 날것의 일상을 공유하고, 인스타툰 게시물에 직접 ‘댓글’ 혹은 ‘대댓글’을 달며 감상자들과 소통한다. 또한 스토리와 ‘DM(Direct Message)’을 통해 감상자들과 질의응답, ‘무물(무엇이든 물어보세요)’ 시간을 가지며, 투

12) 인스타툰에서도 종종 여러 게시물이 시리즈로 묶여 선형적으로 감상되어야 하는 경우가 있으나, 이는 하나의 사건을 다루기에 게시물당 10장으로 제한된 이미지가 부족하여 발생하는 것으로 보아야 할 것이다. 각 사건들 간에 서사의 연속적 진행이 중시되는 것은 아니라는 점에서, 기본적으로 인스타툰의 일상툰은 각 게시물의 독립적 감상이 가능한 에피소드식 구성을 지닌다.

13) 이와 대조하여, 인스타툰에서 연재되기 어려운 만화의 특징을 일별하면 다음과 같다. 이는 ① 허구적 시공간과 세계관을 배경으로 하여, ② 다양한 성격을 지닌 여러 인물들을 중심으로, ③ 스토리의 연속적 진행과 몰입이 중시되며, ④ 화려한 그림체를 지닌 것들이다.

표로 의견을 수렴하기도 한다. ‘라이브 방송’을 통해 실시간으로 소통하며 인스타그램 작업 과정을 공유하고 수다를 떠는 작가들도 많다. 작가의 일상을 담은 사진이나 동영상이 인스타그램에 삽입되기도 한다. 이 경우들에서 작가의 얼굴이 직접적으로 제시되는 때도 있다.

인스타그램의 다양한 경로들을 통해 감상자는 캐릭터 너머에 실재하는 작가의 존재를 끊임없이 의식하게 되고, 나아가 인스타그램에 그려지는 허구의 캐릭터와 현실의 작가를 동일시하게 되기 쉽다.¹⁴⁾ 실제로 현재 인스타그램 작가로서 입지를 굳히고 꾸준한 인기를 얻고 있는 인스타그램 계정들을 살펴보면, 이처럼 캐릭터와 작가의 강한 동일시가 두드러지는 일상툰이 상당수를 차지하고 있다.¹⁵⁾ 이들 인스타그램에서 캐릭터는 마치 작가를 대리하는 ‘가면’처럼 여겨진다. 캐릭터와 작가는 강하게 동일시되고, 인스타그램의 작가들은 개성적인 캐릭터를 통해 즉각적으로 식별된다.

그리고 앞서 살폈듯, 인스타그램에는 감상자가 이를 감상하기 위해서 작가의 인스타그램 계정을 팔로우해야 한다는 특성이 있다. 이때 별도의 설정을 하지 않는 한, 감상자는 인스타그램 외에도 작가의 날것의 일상이 담긴 스토리 등을 함께 공유받게 된다. 따라서 이때의 인스타그램 구독 행위인 팔

14) 인스타그램의 이러한 특징으로 인해, 자기 재현적 일상툰의 작가와 캐릭터, 서술자 간에 나타나는 긴장은 약화된다. 그 긴장이 발생하는 양상과 정치미학적 효과에 대해서는 김진형(『일상툰의 서사 문법과 자기 재현이라는 전략 - 여성 일상툰의 정치미학을 중심으로』, 『대중서사연구』 24(4), 대중서사학회, 2018, 121-160쪽)의 논의 참고.

15) 작가와 캐릭터의 동일시가 두드러지고, 작가가 캐릭터를 통해 다른 작가와 개성적으로 구별되며, 자신의 일상을 소재로 삼아 인스타그램 작가로서 최근까지 활발한 활동을 하고 있는 인스타그램 계정으로는 다음의 예들이 있다. 감자(@g_zaing), 궁씨(@studio.bluemay), 꿀차(@ggul.cha), 다운(@0_713), 밍꾸(@mingkku_toon), 박가가(@bacugaga), 박로토(@parkloto), 소록(@sorok_garden), 수세미(@soosemi_diary), 앙영(@enfp_angyeong), 오늘의다은(@todaydaeun), 이아리(@i_iary2), 작가일(@offthe_0931), 터다(@tyeodya), 퇴사원j(@illust_jk), 히키(@hiki._.) 등.

로우에는 단순히 만화 속 캐릭터를 향한 마음을 넘어, 현실에 실존하는 인스타툰의 작가 자체를 좋아하고 응원한다는 의미가 더불어 담겨 있다. 어쩌면 인스타툰의 가장 큰 매력은, 캐릭터를 통해 그려지는 만화 자체의 재미에서 오는 것이라기보다는, 작가를 대리하는 캐릭터를 통해 마치 친구와 이야기하듯 즐기는 경험에서 오는 것일지도 모른다.¹⁶⁾

따라서 인스타툰에서 캐릭터를 통해 그려지는 이야기들은 자연스레 작가의 자전적이고 솔직한 경험으로 여겨진다. 실제로 인스타툰에서 큰 공감과 반향을 불러일으켰던 서사들을 살펴보면, 이는 작가가 자신이 겪은 경험에 대해 솔직하게 털어놓은 경우들이 많다. 작가의 암 투병기를 다룬 <사기병>(@sagibyung), 가정사 및 사이버 종교에 관해 다룬 <요정이야기>(@yojeong100) 등의 경우가 이에 해당한다. 데이트 폭력 문제를 가시화한 <다 이야기>(@i_iary)는 서사의 연속적 진행을 위주로 하고 있지만, 이 역시 작가가 직접 겪은 실화를 바탕으로 한다.¹⁷⁾ 이처럼 작가의 자기 고백적 서사는 인스타툰의 형식과 조응하며 큰 매력으로 다가온다.

다음 장에서는 이와 같은 인스타툰의 캐릭터와 작가 간의 강한 동일시 경향으로 인해, 인스타툰에서 '진정성'의 가치가 두드러지게 된다는 점에 대해 알아본다. 이에는 앞서 고찰한 SNS툰과 일상툰으로서의 인스타툰의

16) 이러한 점에서 인스타툰에서 이루어지는 상호 소통은, 인스타툰의 만화 자체에 대해 논하는 읽기 및 토론의 성격을 지니는 것이라기보다는, 관련 주제에 대한 공감과 위로 및 자신의 경험을 나누는 것에 가깝다. 따라서 인스타툰의 소통 양상은 웹툰의 일상툰에서의 소통 양상과도 구분된다. 웹툰의 경우가 작품을 '향한' 대화라면 인스타툰의 경우는 작품을 '매개로' 한 대화에 보다 가까울 것이다. 주로 댓글을 통해 나타나는, 웹툰의 일상툰에서의 공동독서 양상에 대해서는 김건형(『웹툰 플랫폼의 공동독서와 그 정치미학적 가능성』, 『대중서사연구』 22(3), 대중서사학회, 2016, 119-169쪽)의 논의를 참고.

17) 이들 인스타툰은 단행본으로도 출간되었다. 윤지희, 『사기병』, 웅진지식하우스, 2019; 요정, 『요정이야기』 1~3, 이음프레스, 2021; 이야기, 『다 이야기』, 시드앤피드, 2019.

매체적 특성이 함께 작용하고 있다. 이를 통해 본고는 진정성이 인스타그램을 구성하는 핵심 구조·기제라는 점에 대해 밝히고자 한다. 이는 진정성을 ‘정동’으로 개념화하는 작업과 더불어 진행된다.

2. 진정성의 정동적 전환

‘진정성(Authenticity)’은 한마디로 정의하기에는 어려운 개념이다. 분야마다 진정성에 주목하는 관점이 다를 뿐만 아니라, 기본적으로 진정성이 단일 개념이 아닌 복합 개념으로 여겨지는 점은 논의에 어려움을 더한다.¹⁸⁾

「신실성과 진정성」에서 근대적 이상으로서의 진정성에 최초로 주목한 라이오넬 트릴링(Lionel Trilling)에 따르면, ‘신실성(Sincerity)’은 다른 사람과의 관계, 즉 다른 사람들이 자신을 어떻게 생각하는지와 관련이 있다. 이와 달리 진정성은 자기 표현의 행위로서, 자신에 관해 최선을 다해 진실을 말하는 것이다. 진정성은 보다 사적인 것으로, 진정한지 아닌지를 판단하는 것은 오직 자기 자신뿐이다. 이는 사회의 제재나 유혹에 굴복하지 않고 자신의 진정한 욕망에 따르는 것이다.¹⁹⁾

18) ‘진정성’ 개념 정의의 현황과 어려움에 관해서는, 유선옥(「진정성 연구 고찰과 미래 과제에 대한 탐색: 커뮤니케이션 학술지에 나타난 진정성의 개념과 척도, 연구경향을 중심으로」, 『한국 사회과학연구』 39(1), 사회과학연구소, 2020, 403-472쪽)의 논의 참고. 그는 앞선 연구들을 요약하며 ‘진정성’의 개념을 구성하는 다섯 개의 주된 하위 항목을 ① 진실, 진심, 투명 ② 일치, 일관 ③ 스스로에 대한 충실성 ④ 진짜, 원본 ⑤ 도덕성, 윤리성으로 제시하고 있다.

19) Lionel Trilling & Irving Howe & Leslie Farber & William Hamilton & Robert Orrill, “Sincerity & Authenticity: A Symposium”, *Salmagundi 187*, Saratoga Springs: Skidmore College, 2015, pp.613-614.

트릴링은 자신의 내면에 귀 기울이는 태도를 강조하며, 진정성이 자아의 내면과 외면의 일치에 관한 문제임에 대해 말한다. 이처럼 진정성에 대해 논할 때 가장 중요한 것은 바로 ‘일치’에 관한 문제이다.²⁰⁾ 이와 같은 진정성의 개념을 인스타툰에 적용하여 본다면, 기본적으로 인스타툰에서 진정성이란 개인의 경험과 인식이 밖으로 표현되는 것과 일치하는 것이라 할 수 있다.

진정성은 오늘날 SNS 문화를 설명하는 데에 있어서도 중요한 개념으로 떠오르고 있다. SNS와 관련하여 진정성을 살피는 연구들은 SNS에서 표현되는 자아가 어떠한 조건하에서 과연 진정한 것으로 여겨지는 것인지에 대해 질문을 던진다.²¹⁾ SNS에서 표현되는 진정성을 측정하는 척도에 대해 살핀 한 연구는, 진정성의 개념을 구성하는 것으로서 ‘진실성, 정직성, 신뢰성, 순수성’의 네 하위 요소를 꼽았다. ‘진실성’은 거짓 없이 사실 그 자체만을 말하는 것이며, ‘정직성’은 솔직하며, 약속을 잘 지키고, 잘못을 인정하는 등의 태도를 의미한다. 또한 ‘신뢰성’은 전달하는 정보들이 믿을 만한 것으로 여겨지는 것인데 이는 정보 전달자의 직업 혹은 전문 지식과 연관을 맺는다. 마지막으로 ‘순수성’은 돈과 같은 상업성이 끼어들지 않는 것을 의미한다.²²⁾

SNS에 연재되는 인스타툰을 다루는 본고 또한 기본적으로 크게 이러한 네 개의 요소에 기대어 진정성을 이해한다. 그러나 본고는 인스타툰의 진

20) 박성희, 『진정성』, 이너북스, 2011, 22쪽. 그는 진정성과 연관된 개념으로, ‘일치성, 투명성, 순수성, 진솔성, 통합성, 성실성, 현존재성, 신뢰성’ 등을 함께 검토하고 있다.

21) 이에 해당하는 최근의 연구로는 Rebekka Kreling & Adrian Meier & Leonard Reinecke, “Feeling Authentic on Social Media: Subjective Authenticity Across Instagram Stories and Posts”, *Social media+society* 8(1), London, England: SAGE Publications, 2022 참고.

22) 최윤슬·이경렬, 「SNS 진정성의 속성과 척도개발에 관한 연구: 트위터와 페이스북 이용자의 진정성 지각을 중심으로」, 『광고학연구』 24(5), 한국광고학회, 2013, 168쪽.

정성을 집단적인 것으로 본다는 점에서 한편으로는 이들 관점과 갈라진다. 이들 연구에서는 진정성과 연관된 요소로 종종 ‘독창성’이 꼽히는데,²³⁾ 이는 개인이 개성적으로 다른 개인과 차별화되는 것을 통해 진정성이 확보될 수 있다고 보는 것이다. 이처럼 진정성은 단지 개인과 연관된 개념으로 여겨지는 경향이 있다. 그러나 본고가 보기에 인스타툰의 진정성은 작가 개인과 연관된 것만이 아니라, 감상자 그리고 작가와 감상자 사이, 나아가 인스타툰이라는 장르 전반에 존재하는 ‘집단적·집합적’인 것이다.

감상자는 인스타툰의 진정성을 단지 개별 작가와 인스타툰을 통해서만 느끼는 것이 아니라, 다른 감상자들을 통해 나아가 인스타툰이라는 장르 자체를 통해서 감각한다. 인스타툰에서 진정성은 특정 작가에게 있거나 없는, 부수적인 속성에 불과한 것이 아니다. 왜냐하면 진정성은 서로 간에 ‘영향’을 주고받으며 집단적으로 존재하기 때문이다. 인스타툰의 진정성은 개인의 주관적인 심리로서 정적으로 고정되어 있는 것이 아니라, 작가와 감상자들 사이를 ‘역동적’으로 순환하며 영향을 끼친다. 이때의 영향이란 감정적인 감응을 의미하는 것으로, 이를 다른 말로 ‘정동’이라 한다.²⁴⁾

‘정동(Affect)’ 또한 명확히 정의하기가 쉽지 않은 까다로운 개념이다. 다만 정동은 흔히 ‘정서(Emotion)’와 유사한 것으로 여겨지기 쉬운데, 이

23) 최윤슬·이경렬, 「SNS 진정성의 속성과 척도개발에 관한 연구: 트위터와 페이스북 이용자의 진정성 지각을 중심으로」, 『광고학연구』 24(5), 한국광고학회, 2013, 161-164쪽.

24) 유선옥은 지금까지의 진정성 연구에 대해 “진정성이 어떤 본질적 의미를 창출하고, 진정성으로 인해 조직과 공중이 어떤 방식으로 공유하고 관계를 강화하고 의미를 갖는지에 대한 탐구는 부족”하다는 한계를 지적한 바 있다. (유선옥, 「진정성 연구 고찰과 미래 과제에 대한 탐색: 커뮤니케이션 학술지에 나타난 진정성의 개념과 척도, 연구경향을 중심으로」, 『한국 사회과학연구』 39(1), 사회과학연구소, 2020, 442쪽.) 본고는 ‘진정성’을 ‘정동’으로 개념화함으로써 이러한 한계를 극복하고 있다고도 할 수 있을 것이다.

에 관해 브라이언 마수미(Brian Massumi)는 양자를 분명히 구분하고 있다. 그에 따르면 정서는 ‘개인적인 것으로 제한된 것, 틀에 박힌 것, 소유되고 인식된 것’인 반면 정동은 ‘소유할 수 없고, 인식할 수 없고, 따라서 저항하는 것’이다.²⁵⁾

사라 아메드(Sara Ahmed)는 정동이 ‘순환하며 축적된다’는 것을 강조한다. 그에 따르면, 정동은 단순한 “심리적 성향”이 아니다. 그는 정동이 “사적인 문제라는 가정, 단순히 개인에게 속해 있다는 가정, 또는 내부에서 나와 외부로 다른 사람을 향해 움직인다는 가정에 분명히 도전”하며, 정동이 “단순히 안이나 밖에 있는 것이 아니라”는 것에 대해 말한다. 그에 따르면 정동은 “성질이나 성질의 형태를 취할 수 있는 주체나 대상에 속하는 것”이 아니다. 오히려 정동은 “기호나 대상에 거주하지 않고 순환의 결과로만 생산”되는 것이며 정동은 더 많이 순환할수록 더 정동적이 된다. 그는 정동이 “순환하고 사회적, 정신적 영역에 걸쳐 분포되어 있음을 시사하기 위해 ‘경제적’이라는 말을 사용”하고 있기도 하다.²⁶⁾

다만 이때 아메드가 ‘경제’를 언급한 것은, 정동이 순환할수록 더 많은 가치를 축적한다는 것을 강조하는 맥락에서 비롯된 것이다. 그의 입장은 특정 지표를 통해 정동 자체를 셈할 수 있는 것으로 보는 ‘정동 경제(Affective Economy)’와는 구별된다. 정동 경제는 정동을 특정 지표를 통해 수량화할 수 있는 것으로 보고 이를 경제적 자원으로 삼는다.²⁷⁾ 그러

25) 브라이언 마수미, 조성훈 역, 『가상계』, 갈무리, 2011, 53-54쪽.

26) Sara Ahmed, “Affective Economies”, *Social Text* 79, Duke University Press, 2004, pp.117-120.

27) “더 많은 정서들이 표현되고 순환될수록, 더 많은 행동이 추적되고 모아질수록, 판매자가 정동을 유도하고 고착시켜 이를 더 많은 소비로 전환시킬 가능성은 커진다.”(Mark Andrejevic, “The Work That Affective Economics Does”, *Cultural Studies* 25(4-5), Abingdon: Taylor & Francis Group, 2011, p.615.)

나 아메드는 정동을 경제적 자원으로 보는 것이 아니라, 정동이 순환하며 축적되는 과정을 경제의 비유를 통해 설명하는 것이다.

본고가 인스타툰의 진정성의 정동에 대해 논할 때 또한, 단지 인스타그램의 인기의 지표(좋아요, 댓글, 팔로우 등)를 가리키는 것이 아니다. 즉 이들 지표의 많음이 곧 진정성의 많음을 의미하지는 않는다. 왜냐하면 진정성의 정동은 이 같은 지표를 통해 셈할 수 있는, 객관적으로 측정될 수 있는 종류의 것이 아니기 때문이다.²⁸⁾ 본고는 아메드가 언급하는 바와 같은, 순환하며 축적되는 정동으로서의 진정성에 주목한다.

인스타툰에서 진정성의 정동은 인스타툰의 장을 이루는 작가와 감상자들 사이에서 반복적으로 순환하고 축적됨으로써 생성된다. 작가는 캐릭터의 이름의 모습을 빌려 자신의 일상 경험을 ‘솔직’하게 털어놓고, 감상자는 이를 작가와 동일시하며 ‘진실’한 것으로 감각한다. 감상자들은 관련된 자신의 경험을 댓글로 남기고, 이에 작가나 다른 감상자가 좋아요나 대댓글을 달아 의견을 표한다. 각자의 일상에 기반하여 공감을 위주로 이루어지는 이들 상호작용 역시 거짓이 아닌 실재하는 ‘진솔’한 것으로 받아들여진다.

이들 간에 발생하는 영향의 주고받음으로 인해 진정성은 한 장소에 고정된 것이 아닌 역동적인 것이 된다. 그 영향은 일방향적이지 않다. 작가에서 감상자뿐만 아니라 감상자에게서 작가로, 혹은 감상자들 간에 정동하는 경우도 많다. 댓글, 스토리, DM 등을 통해 직접적인 상호작용이 이루어지지 않는 경우에도, 서로가 정동하는 순간과 이들 존재를 목

28) 본고의 4장에서 더욱 자세히 논하겠지만, 인스타툰에서 ‘광고툰’이 문제가 되는 이유 또한 단순히 광고툰의 인기의 지표가 적기 때문이 아니다. 광고툰의 문제는 이로 인해 인스타툰이 진정성을 잃게 된다는 점에 있다. 이와 같은 정동적인 지점들은 특정 지표를 통해 객관적으로 측정될 수 있는 것이 아니다.

격하는 것만으로도 서로는 영향을 주고받는다. 이처럼 진정성의 정동은 불특정 다수에게 영향을 끼치며 집단적으로 존재한다.

두려움과 불안의 정동에 대해 논한 장에서 아메드는, “단순히 위기가 존재하고 두려움과 불안이 그 존재의 필연적인 결과로 생기는 것이 아니다. 오히려 결정적인 것은 위기의 생산 그 자체이다”라 말한 바 있다.²⁹⁾ 요컨대 위기가 선행하고 이로 인해 두려움과 불안이 생기는 것이 아니라, 반대로 두려움과 불안이 앞서 형성되고 순환하면서 위기가 만들어진다는 것이다. 본고가 진정성의 정동적 전환을 통해 인스타툰에서 밝히고자 하는 면 또한 이와 같다. 즉 진정성의 정동은 개별 인스타툰을 ‘통해서’ 얻어질 수 있는 것이기도 하지만, 반대로 인스타툰이라는 장르를 가능하게 하는 조건으로서, 개개의 인스타툰보다 ‘앞서’ 집단적으로 존재하는 것이기도 하다.

진정성의 정동이 선행하고 있기 때문에 인스타툰의 작가와 감상자들은 자신의 이야기가 진정성 있게 받아들여지리라 기대한다. 인스타툰의 작가와 감상자들은 서로 간에 진정성이 오고 갔던 순간들을 간직하고, 이를 바탕으로 하여 더 깊은 교류가 이루어진다. 이는 지극히 사적인 경험, 이들이 남들과 공유하기 어려웠던 경험까지를 고백하게 하는 효과를 낳는다. 나아가 인스타툰이라는 장르 자체가 진정성이 펼쳐지는 장으로서 감각된다. 따라서 진정성의 서사들은 계속해서 인스타툰으로 모인다.

이처럼 진정성의 정동에 주목하게 되면, 인스타툰이 어떻게 오늘날과 같은 인기를 얻고 있는지를 이해할 수 있게 된다. 또한 이러한 관점은 지금까지 인스타툰의 한계로 말해졌던 특징을 새롭게 조명할 수 있게 한다. 아메드에 따르면 정동은 특정 기호나 대상에 더 “끈끈(Sticky)”하게, 더 쉽게

29) Sara Ahmed, “Affective Economies”, *Social Text* 79, Duke University Press, 2004, p.132.

들러붙는 성질이 있다.³⁰⁾ 인스타툰의 진정성의 정동 또한 특정 대상에 더욱 잘 들러붙어 있을 것이다. 어쩌면 그 대상은 인스타툰의 귀엽고 간단한 그림체가 아닐까. 오늘날 대부분의 인스타툰이 아기자기한 캐릭터와 부드럽고 친근한 손글씨를 쓰는 이유는 단지 인스타툰 작가의 역량과 완성도의 문제 때문만은 아닐 것이다. 이러한 그림체야말로 진정성의 정동을 불러일으키기에 가장 알맞은 형태일 수 있다.

특정 작가들은 어설피름과 영성함 자체를 전략적으로 활용하기도 한다. 보다 정성이 들어간 기존의 그림체와 낙서처럼 그려진 그림체를 구분하여 종종 후자의 그림체를 통해 작가로서 자신이 겪는 내밀한 고민을 더욱 솔직하게 내보이는 것이다. 덜 다듬어진 그림체는 인스타툰 작가로서 떠안는 부담을 내려놓고 재차 진정성을 확보하는 하나의 방법이 된다. 이처럼 만화의 ‘비하인드’까지를 함께 내보일 수 있는 것은 분명 인스타툰의 매력이다. 인스타툰의 아마추어적임은 작품성과 완성도 면에서는 좋은 점수를 받기 어렵지만, 오히려 그렇기 때문에 정동하는 면이 있는 것이다.

이어서 다음 장에서는 구체적인 인스타툰들을 예로 들어, 인스타툰에서 포착되는 정동적인 흐름들의 일부 유형들을 살펴본다. 이를 통해 진정성의 정동이 어떻게 순환하며 축적되는 것인지, 이로써 얻어지는 효과와 그 정치성이 어떠한지에 관해 보다 자세히 알아보하고자 한다.

30) Sara Ahmed, “Affective Economies”, *Social Text* 79, Duke University Press, 2004, p.120.

3. 여성의 사적 경험의 문제화

진정성의 정동은 인스타툰의 작가와 감상자들에게 개인의 사적인 경험을 솔직하게 털어놓을 장을 마련한다. 그리고 이처럼 자신의 경험을 고백하는 것은, 지금까지 지극히 개인적인 것으로 취급되어 중요한 문제 혹은 문제로조차 여겨지지 않았던, 개인의 사적 영역을 문제로서 가시화하는 효과를 낳는다. 여러 인스타툰들 중 본고는 여성들의 일상을 다루는 인스타툰에 주로 주목하고자 한다. 관련하여 살피는 인스타툰은 크게 두 종류로, 하나는 여성의 임신·출산·육아 경험에 관한 것이고 다른 하나는 여성의 식이 장애 및 기분 장애에 관한 것이다.

여성의 임신·출산·육아 경험을 다룬 인스타툰은 통칭 ‘육아툰’이라 하며, 인스타툰 내에서도 별도의 하위 장르를 이루고 있을 정도로 성행하고 있다.³¹⁾ 여성의 임신·출산·육아 경험은 기존의 웹툰 형식을 통해서도 지금까지 쉽게 가시화되기 어려웠다. 그 이유는 돌발 상황이 발생하기 쉽고 불규칙한 일상 때문에, 임신·출산·육아를 하는 여성이 정기적으로 마감이 정해진 일을 하기가 어렵다는 현실적인 문제 때문이다.

그러나 기존의 웹툰과 달리 인스타툰은 연재를 시작하는 데 필요한 형식이나 계약, 정해진 조건과 자격이 없다. 연재 시작의 문턱이 낮고 연재 중의 제약이 적기 때문에 인스타툰은 임신·출산·육아를 하는 여성들도 부

31) 2022년 10월 기준 ‘#육아툰’으로 검색한 결과 9.6만 개의 게시물이 검색된다. 현재 육아툰을 주된 소재로 삼아 활발한 연재를 하고 있는 인스타툰 작가 계정으로는, 드로잉오뉴(@drawing_onu), 마님툰(@manim_toon), 박로토(@parkloto), 아모이(@amoi_toon), 양자씨(@jayoon_illustration), 유충충(@yuchongchong_) 등이 있다. 이들 육아툰 중 일부는 단행본을 통해서도 감상할 수 있다. 이일노, 『그럼에도, 오늘도 육아!』, 답앤와이드, 2021; 박로토, 『코코네 집으로 놀러 와!』, 루리책방, 2021; 아모이, 『아마도 모두의 이야기』, 알에이치코리아, 2022; 양자윤, 『분노의 임신일기』 1~2, 향출판사, 2021.

담 없이 연재할 수 있다. 또한 여성의 임신·출산·육아 경험은 직접 겪지 않으면 알 수 없고, 시간이 지나면 그 세세한 일화들은 기억에서 휘발되기 쉽다. 그러나 인스타그램의 형식은 매일의 이야기를 그림일기처럼 실시간으로 쉽고 간단히 기록하기에 적합하다. 이러한 이유들로 오늘날 인스타그램은 여성들의 생생한 임신·출산·육아 경험이 발화하는 공간이 되었다.

하지만 이 같은 현실적인 이유 외에도, 그동안 여성의 임신·출산·육아 경험이 쉽게 비가시화되어 왔던 또 하나의 중요한 이유가 있다. 이는 바로 여성의 이와 같은 경험을 단지 개인적인 문제에 불과한 것으로 취급하는 사회적 인식이다. 흔히 여성의 임신·출산·육아 경험은 한 여성이 엄마로서 혼자 마땅히 감내해야 하는 일로 여겨지기 쉽다.

그러나 인스타그램의 장을 통해 펼쳐지는 여성들의 다종다양한 임신·출산·육아 경험들은 이를 개인적인 것만이 아닌 집단적·집합적인 것으로 만들고 있다. 작가는 인스타그램을 통해 임신·출산·육아 경험 중에 생기는 자신의 고민 혹은 어려움을 솔직하게 털어놓는다. 그리고 감상자들은 댓글과 DM 등을 통해 위로와 공감을 표하고 자신이 아는 정보를 전달하며 지혜를 나눈다. 이는 특히 아이가 아프거나 이해하기 어려운 행동을 보일 때와 같이, 검색으로 찾기 어렵거나 뚜렷한 해결 방법이 없는 상황일 때 더욱 효과적이다. 고민과 어려움을 해결한 후에, 작가는 문제의 원인과 해결책 등을 정리하여 이를 다시 감상자들과 공유한다. 이와 같은 과정들 자체가 인스타그램에 직접적으로 그려지기도 한다. 감상자들 또한 재차 이에 대한 의견을 남긴다. 인스타그램의 내용과 밀접한 연관이 있는 것이 아니더라도, 감상자들은 인스타그램이 펼친 논의의 장 위에서 댓글과 대댓글로 해당 주제에 대한 생각을 나눈다. 정보 공유의 목적으로 팔로워가 아닌 자신들의 지인을 태그하고, 이들을 대화에 참여시키기도 한다.



〈그림 1〉 박로토(@parkloto) 작가 인스타그램(2022.06.22.)

이와 같은 이해와 공감의 과정을 반복하며 진정성의 정동이 순환하고 축적됨으로써, 더불어 형성되는 것은 바로 임신·출산·육아에서 겪는 경험이 단지 '나 혼자만의 문제'가 아니라는 감각이다. 즉 인스타그램을 매개로 하여 여성들이 각자의 임신·출산·육아 경험을 공유하는 것은, 이들이 더 이상 혼자만의 우물에 갇혀 있지 않도록 이끈다.

육아툰에서 순환하는 진정성의 정동은, 상업적 의도가 판치는 온라인 공간에서 비상업적으로 '순수하게' 정보를 공유하는 장을 마련하기도 한다. 가령 박로토(@parkloto) 작가는 '#박로토육아꿀팁공유', '#박로토육아식레시피공유' 태그를 통해 자신의 육아 노하우를 전수하며, 감상자들도 댓글을 통해 생활에서 얻은 자신의 지혜를 가감 없이 나눈다. 댓글에 좋아요를 하거나 대댓글을 달으로써 이에 대한 후기를 또 다른 감상자가 남기기도 한다. 정보의 진실성과 순수성을 의심할 필요 없이 진정성을 기반으로 하여 정보를 주고받는 곳, 인스타그램이 이와 같은 공간을 열어주고 있는 것이다.

이러한 점에서 인스타그램은 만화를 통해 감상자에게 이야기와 재미를 전달할 뿐만 아니라, 이를 중심으로 한 일종의 ‘커뮤니티’까지를 이루고 있다고 할 수 있겠다. 요컨대 인스타그램은 집단의 지혜가 모이는 공간이자, 같은 상황에 처한 사람들로부터 위로를 받고, 이를 이겨낸 사람들로부터는 용기와 희망을 얻는 공간이 된다.

다음으로 진정성의 정동이 순환하는 인스타그램은, 개인이 남들과 공유하기 어려웠던 지극히 조심스러운 경험들을 털어놓는 장이 되기도 한다. 이에 해당하는 사례에는 식이 장애(거식증, 폭식증 등) 또는 기분 장애(우울증, 공황장애 등)에 관한 것이 있다.³²⁾ 서굴(@seo_gyul) 작가의 ‘#판타스틱우울백서’와 사예(@sayelee126) 작가의 ‘#사예의우울증일지’와 ‘#사예의식이장애일지’가 대표적이다.³³⁾

이와 같은 식이 장애 및 기분 장애를 겪는 경우에는 개인이 자신의 탓을 하게 되기가 쉽다. 왜냐하면 이들 문제는 개인의 마음먹기에 따라 얼마든지 극복이 가능한 것처럼 보이기 때문이다. 해당 문제를 겪고 있는 개인은 종종 나약한 의지를 지닌 것으로 지탄받는다. 이러한 상황에서 자신의 경험을 솔직하게 털어놓기란 어려운 일이다.

그러나 진정성의 정동은, 인스타그램 작가에게 자신의 경험을 사람들과 나눌 용기를 준다. 작가는 인스타그램이라는 장르 자체에 선행하는 진정성을 느끼고, 자신의 경험 또한 충분히 이해받을 수 있으리라 기대한다. 작가들은 인스타그램을 통해 식이 장애 및 기분 장애가 개인의 잘못이 아님을, 이

32) 이에 해당하는 인스타그램으로, 김늦가을(@late_autumn_ink) 작가의 ‘#디어마이블랙독’, 김솜(@yellow2ith.me) 작가의 ‘#이제는괜찮은이야기’, ‘#내가지나온숫자들’ 서늘한여름밤(@seobam_breeze) 작가 등이 있다.

33) 이들 만화는 단행본으로도 출간되었다. 서굴, 『판타스틱 우울백서』, 이후진프레스, 2019; 사예, 『마음은 파란데 체온은 정상입니다』, 동양북스, 2021; 『나는 식이장애 생존자입니다』, 띠움, 2022.

것이 단지 개인의 사적인 문제에 불과한 것이 아님에 대해 말한다. 식이 장애 및 기분 장애가 개인의 의지 여하에 달린 것이 아닌 전문가의 도움을 받아 해결해야 하는 분명한 ‘문제’임을 강조하는 것이다. 그리고 이러한 어려움을 겪는 이들 존재 역시 ‘비정상’이 아닌 일상을 살아가는 보통의 존재임에 대해 말한다.



〈그림 2〉 서굴(@seo_gyul) 작가 인스타툰(2019.3.15.)

작가의 이와 같은 말들이 감상자에게 울림 있게 다가오는 이유는, 이것이 작가의 ‘진실한’ 경험에서 나온 것이며 ‘순수한’ 의도에서 이를 나누고자 하는 마음임을 감상자들이 충분히 알고 있기 때문이다. 감상자는 이러한 작가의 모습을 보고 공감과 위로를 느끼고, 치료 과정을 함께하며 도움과 용기를 얻는다.

지금까지 여성의 임신·출산·육아 경험과 식이 장애 및 기분 장애를 다룬 인스타툰을 통해 진정성의 정동이 순환하며 축적되는 양상에 대해 보다 구체적으로 알아보았다. 마지막으로 재차 강조하고 싶은 것은, 진정성의 정동이 작가에서 감상자로 향하는 일방향적인 것이 아니라는 점이다. 인스타툰에서 진정성이 생성되는 것과 그 역동적인 다방향성에는 인스타툰의 ‘덧글’이 큰 역할을 한다. 웹툰과 다른 SNS툰에 비해, 인스타툰에는

감상자의 댓글이 작가 혹은 다른 감상자들에게 더욱 효과적으로 가닿는다는 특징이 있다.

그 이유는 크게 두 가지로, 먼저 댓글의 접근성이 좋은 것이 있다. 인스타그램에서는 게시물 아래에 댓글의 개수와 한두 개의 댓글이 같이 제시된다. 따라서 감상자는 인스타그램을 감상할 때 댓글을 함께 인지하게 되고 자연스럽게 댓글 창을 열어보게 되기 쉽다. 즉 감상자는 인스타그램만이 아니라 이에 대한 다른 감상자들의 반응을 함께 본다.

또한 웹툰에 달린 댓글들이 하나의 의견으로서 단선적으로 환원되기 쉬운 것과 달리, 인스타그램의 댓글들은 '살아있는' 사람들로 감각된다. 인스타그램에 달린 감상자들의 댓글에는 그의 계정명과 프로필 사진이 함께 제시되어 있고, 이를 클릭하면 그들이 올린 삶과 일상의 조각들을 살필 수 있다. 설령 계정이 비공개일지라도, 계정 뒤에 실재하는 사람이 있다는 감각은 충분히 전해진다. 이들은 서로에게 마치 실존하는 '친구'와도 같이 감각된다.



〈그림 3〉 오늘의다은(@todaydaeun) 작가 인스타그램(22.09.10)

이처럼 감상자에게 인스타툰의 댓글은 ‘얼굴’을 지닌, 나와 같은 삶을 살아가고 있는 한 존재로서 받아들여진다. 이러한 존재들이 같은 경험에 함께 정동하는 순간들을 확인하고, 이들이 존재한다는 것을 시시각각 목격하는 것은, 비록 느슨할지라도, 서로에게 분명한 위안과 용기가 된다.

4. 광고툰, 진정성 훼손의 딜레마

연재하는 데 필요한 형식이나 계약, 정해진 조건과 자격이 없다는 것은, 인스타툰 연재를 쉽게 할 수 있다는 장점을 낳는다. 그러나 달리 말하면 이는 인스타툰 연재만으로는 수익을 창출하기가 어렵다는 말도 된다. 인스타툰은 웹툰이나 유튜브 등의 다른 플랫폼처럼 조회수나 팔로우 자체를 통해서도 수익을 창출할 수 없다. 때문에 현재 인스타툰의 작가들은 딜리헨스·포스타입 등의 플랫폼을 통해 일부 만화를 유료로 판매하거나, 강의, 굿즈 판매, 단행본 출판 등 인스타툰의 콘텐츠를 바탕으로 하여 수익을 내기 위해 다방면으로 노력하고 있다.

그러나 한편으로 오늘날의 인스타툰은 그 자체로 자생적인 수익 구조를 갖추게 되었다고도 할 수 있다. 이는 바로 ‘광고툰’으로, 기업으로부터 고료나 제품을 제공받고 상품을 홍보하는 인스타툰을 그리는 것이다.³⁴⁾ 현재 몇만 명 이상의 고정적인 팔로워를 확보한 인스타툰 작가들은 안정적인 수입을 위해 정기적으로 광고툰을 그리고 있으며, 이 관행은 현재 완전히 자리를 잡은 것으로 보인다. 하지만 이와 같은 광고툰에는 진정성의 정

34) 웹툰에서 상품을 홍보하는 경우에는, ‘광고툰’에 해당하는 만화가 별도로 연재되는 것이 아니라, 웹툰 연재분의 내용이 끝난 뒤에 광고에 해당하는 내용이 서사 전개와 무관하게 뒤에 덧붙는 방식으로 이루어지고 있다.

등을 훼손한다는 문제가 있다. 오늘날 인스타그램이 봉착한 딜레마는 이것이다. 현재 인스타그램을 통해 안정적인 수익을 확보하는 주된 방식인 광고툰이 인스타그램의 핵심 기제가 되는 진정성을 훼손하고 있는 것이다.

실제로 현재 인스타그램에서 인플루언서를 통한 광고와 마케팅은 대개 진정성의 효과를 겨냥하고 이루어지고 있다.³⁵⁾ 연예인보다 소비자들에게 더욱 친근하게 느껴지는 인플루언서를 통해 이들의 추천이 마치 진정한 것으로 느껴지도록 하는 것이다. 오늘날 인스타그램에서 광고툰이 성행하는 이유 또한 인스타그램의 진정성이 이와 같은 기업의 목적을 충족시키기에 적합하기 때문일 것이다. 기업은 인스타그램에서 진정성을 느끼는 감상자들이, 작가가 추천하는 상품이나 행동을 기꺼이 함께 할 것이라 간주하기 때문에 작가에게 광고를 맡긴다.

금전적인 대가를 받고 전달해야 할 정보와 목적이 분명한 광고는, 일차적으로 그 존재 자체만으로도 진정성을 훼손하기 쉽다. 만약 작가의 생각이 이와 다름에도 불구하고, 광고이기 때문에 작가가 기업에서 정한 정보를 전달한다는 인상을 준다면, 이는 내면과 외면의 불일치로 인해 인스타그램의 진정성을 정면으로 훼손하게 될 것이다. 따라서 작가들은 비록 광고일지라도 해당 상품에 대한 추천이 작가의 생각과 일치하고 있다는 점, 광고가 작가의 실제 경험에 기반하여 이루어지고 있음을 강조하는 서술 방식을 취하고 있다.

여러 광고툰에서 공통적으로 찾아볼 수 있는 서사의 흐름은, '어떠한 상황이었는데, 마침 기회가 되어 광고를 하게 되었다. 사용해보니 이러한 점이 좋았으며, 특별히 팔로워들을 위한 이벤트가 준비되어 있다'는 식으로 요약된다. 대개 작가의 실제 사용 후기가 포함되는데, 관련하여 '만약 상

35) 김소영·조창환, 「광고 정보원의 진정성의 효과 연구 - 유명인의 인스타그램 광고 메시지를 중심으로」, 『광고연구』 110, 한국광고홍보학회, 2016, 85-86쪽.

품이 좋지 않다면 광고를 진행하지 않았을 것'이라는 점이 강조되기도 한다.³⁶⁾ 비록 광고이지만 자신은 해당 상품이 '정말로' 좋기 때문에 추천하는 것이라는, 자신의 진실함을 내세우는 이러한 방식은 인스타툰의 진정성을 수호하기 위해 흔히 행해지는 전략이다.

그러나 인스타툰으로 광고하는 상품의 경우, 여러 작가에게 동시에 연락하기 때문에, 인스타툰을 즐겨 보는 감상자라면 동일한 상품 광고를 여러 작가를 통해 반복적으로 접하게 된다. 특히 기업에서 정해진 정보를 전달하는 문구를 여러 차례 마주하게 되면, 아무리 작가의 사용 후기가 진실하더라도 감상자가 그 진정성을 의심하게 되기 쉽다.

또한 광고툰은 인스타툰 작가에게 요구되는 비상업적인 '순수성'에 반하기 때문에 진정성을 훼손한다. 감상자들은 인스타툰 작가들이 단지 돈을 벌기 위한 수단으로서 인스타툰을 그리는 것이 아니며, 이들에게 비경제적 목적, 즉 자아실현 혹은 감상자들과의 소통 등이 있을 것이라 흔히 기대한다. 실제로 그 자체로 수익 창출이 어렵고 시작의 문턱이 낮다는 특성상, 인스타툰 연재가 이와 같은 순수성을 띠기 쉬운 것도 사실이다. 가령 육아툰 작가의 경우, 사람들과 소통하며 자신의 경험이 타인에게 도움이 되기를 바라는 등의 비경제적인 목적에서 인스타툰 연재를 시작하는 경우가 많다. 이러한 상황에서 광고툰의 비중이 지나치게 높아지면, 감상자들은 인스타툰을 그리는 작가의 의도가 과연 순수한 것인지 그 진정성을 의심하게 되는 것이다.³⁷⁾

36) 광고툰을 통해 홍보되는 상품들은 이와 같이 사용자의 솔직한 후기가 중요한 것들이 주를 이룬다. 참고로 현재 광고툰에 자주 등장하는 상품 종류에는 건강 보조제, 식품, 전자기기, 화장품, 여성용품, 앱 및 구독 서비스, 콘텐츠(책, 영화, 행사 등) 등이 있다.

37) 따라서 설령 광고를 통해 상품을 구매하는 것이 감상자들에게 이득이 될지라도, 이 점이 진정성에 큰 영향을 끼치는 것 같지는 않다. 광고의 형식을 통해 상업적 이익을 취한다는 점에서, 일차적으로 그 순수성은 훼손되기가 쉽기 때문이다.

때문에 인스타툰 작가들은 광고툰이 최대한 진정성을 훼손하지 않도록 다방면으로 노력하고 있다. 무엇보다 작가들은 자신이 오직 돈을 벌기 위해서 인스타툰을 그리는 것이 아님을 강조하기 위해 광고툰의 비율을 조정하는 것에 많은 신경을 쓴다. 만약 일정이 잘 조율되지 않아 광고툰이 자주 올라오는 경우에는 작가들이 양해를 부탁하는 사과의 ‘공지’를 올리기도 한다.

또한 작가의 상황과 서사가 특정 광고의 성격과 성공적으로 결합하는 경우에는, 광고툰이 진정성을 크게 해치지 않고 어느 정도의 설득력을 획득하기도 한다. 혹은 이와는 반대로 광고라는 것을 거리낌 없이 내보이며, 광고를 하게 된 비하인드 자체를 솔직하게 노출하는 경우도 있다. 같은 상품을 여러 차례 광고하는 경우에, 해당 광고의 요청이 팔로워들로부터 자주 있었다는 점이 강조되기도 한다.

이러한 때 종종 팔로워들은 인스타툰 작가와 감상자 간에 특별한 의미를 담은 ‘애칭’을 통해 호명된다. 관련하여 주목할 점은, 최근 인스타툰에서 작가가 팔로워들을 부르는 고유의 애칭을 짓는 양상이 늘고 있다는 것이다.³⁸⁾ 이와 같이 애정을 담은 호칭은 작가와 감상자 간에 진정성이 정동한다는 방증이면서, 동시에 작가와 감상자 간의 ‘친밀감’을 형성함으로써 진정성을 고양하는 효과를 낼 수 있다. 실제로 인플루언서와 팔로워 간에 이루어지는 상호작용은 광고로 인해 훼손된 진정성을 회복하는 데에 유의미한 효과를 낳는다.³⁹⁾ 애칭으로 감상자를 부르는 것 또한 이와 같은

38) 가령 공씨(@studio.bluemay) 작가는 ‘공정이’, 밍꾸(@mingkku_toon) 작가는 ‘달꾸’, 앙영(@enfp_angyeong) 작가는 ‘동땡’, 이아리(@i_iary2) 작가는 ‘아띠’라는 애칭을 쓴다. 관련하여 인스타툰의 감상자들을 일종의 ‘팬덤’으로 조명하는 관점도 가능해 보인다.

39) 박예빈·이예진·조희정·김은실, 「인스타그램 마이크로 인플루언서-팔로워 간의 상호작용성이 스폰서십 공시 효과에 미치는 영향: 지각된 진정성과 동일시의 매개효과를

상호작용을 통해 진정성 형성에 기여한다고 할 수 있다.

이처럼 광고툰에 관해 이루어지고 있는 여러 전략들은 모두 광고툰과 상충하는 인스타툰의 진정성을 지키기 위한 것이다. 아울러 이와 같은 다양한 전략들이 행해지고 있다는 사실은, 그만큼 진정성의 정동이 인스타툰에서 중요한 가치라는 것을 재차 방증하고 있다.

4. 결론을 대신하여: 인스타툰의 미래

본고는 진정성의 정동이 인스타툰의 핵심 구조·기제임에 대해 밝히고, 더불어 지금까지 단지 한계로만 말해졌던 인스타툰의 특징들에 내재하는 가능성에 대해서도 알아보려고 했다.

다만 본고가 미처 살피지 못한 지점들이 존재한다. 본고가 다룬 사례들 외에, 현재 인스타툰 중에는 자극적인 내용 전개를 위주로 하는 ‘썰’ 만화, 혹은 공감 유도만을 목적으로 하는 지극히 단순한 내용의 만화도 많다. 인스타툰에 진정성이 담기지 않으면, 감상자의 반응도 이를 따라간다. 감상자는 단지 일회적인 호기심과 재미 위주로, 지인을 태그(@)하는 등의 피상적인 공감을 표할 뿐이다. 이때 인스타툰 뒤에 실재하는 작가와 인스타툰을 감상하는 다른 감상자들의 존재는 고려되지 않는다. 이와 같은 소통 양상이 주가 되는 인스타툰에서는 아무리 팔로워가 많더라도 진정성이 순환하고 있다고 보기 어렵다. 감상자들의 참여보다 친분을 중심으로 한 작가들 간의 소통이 주가 되는 경우 또한 마찬가지이다.

중심으로, 『한국심리학회지: 소비자·광고』 21(4), 한국소비자·광고심리학회, 2020, 609쪽.

또한 본고가 분석한 진정성의 정동에는 일정한 특수성이 전제되어 있다는 점도 염두에 두어야 한다. 본고에서 명시하지는 않았지만, 현재 인스타그램을 주로 이용하는 사람들은 주로 10~30대 여성이다. 때문에 이들과 유사한 경험을 지니지 못한 사람들은 아마도 인스타그램에서 진정성을 느끼기 어려울지도 모른다. 아울러 인스타그램이라는, SNS와 대중 매체의 공간에서는 결코 토로되기 어려운 경험의 영역도 여전히 존재할 것이다.

그 외에 인스타그램과 관련하여, 표절 대응 및 피드백 수용 문제, 타인의 이야기를 소재로 삼는 것에 대한 동의 문제, 캐릭터와 작가의 강한 동일시로 인해 만화를 향한 비판과 도덕적 평가 등에 작가가 쉽게 노출되는 문제 등도 분명히 중요하게 다루어져야 할 지점들이다.

인스타그램에는 인스타그램이 인스타그램의 매체 환경에 상당 부분 의존하기 때문에 따라오는 한계들이 존재한다. 해킹이나 알고리즘 등의 외적인 변수에 취약하며, 계정명을 변경하거나 게시물을 삭제하는 것도 비교적 쉽다. 단행본으로 출간되는 것이 아니라면, 많은 시간이 흐른 후에는 오늘날의 수많은 인스타그램은 더 이상 찾아보기 어렵게 될지도 모른다.

그러나 중요한 것은, 인스타그램이 인스타그램에 연재되기 때문에, 오직 인스타그램만이 성취할 수 있는 미학과 가능성 또한 분명히 존재한다는 것이다. 본고가 분석한 진정성의 정동은 그 가능성을 밝히는 데 있어서 앞으로 주요한 키워드가 될 것이다.

인스타그램의 미래는 인스타그램의 특징인 단순한 서사, 일상적 소재, 간단한 그림체 등을 극복하고, 복잡한 서사, 흥미로운 소재, 화려한 그림체 등을 발전시키는 것에 달린 것이 아니다. 인스타그램이 나아가야 할 미래는 이 같은 인스타그램의 특징들을 적극적으로 긍정하면서, 진정성의 정동을 더욱 다채롭고 힘 있게 일구어내는 데에 있다. 관련하여 앞으로의 인스타그램이 어떠한 양상과 가능성을 내보이게 될지, 그 귀추가 주목된다.

참고문헌

1. 기본자료

- 박로토(@parkloto), 인스타그램.
서굴(@seo_gyul), 인스타그램.
오늘의다은(@todaydaeun), 인스타그램.

2. 논문과 단행본

- 김건형, 「웹툰 플랫폼의 공동독서와 그 정치미학적 가능성」, 『대중서사연구』 22(3), 대중서사학회, 2016, 119-169쪽.
- _____, 「일상툰의 서사 문법과 자기 재현이라는 전략 - 여성 일상툰의 정치미학을 중심으로」, 『대중서사연구』 24(4), 대중서사학회, 2018, 121-160쪽.
- 김소영·조창환, 「광고 정보원의 진정성의 효과 연구 - 유명인의 인스타그램 광고 메시지를 중심으로」, 『광고연구』 110, 한국광고홍보학회, 2016, 84-119쪽.
- 김홍중, 「진정성의 기원과 구조」, 『마음의 사회학』, 문학동네, 2009, 17-50쪽.
- 류유희, 「SNS 브랜드웹툰의 특성에 관한 연구: 인스타그램 브랜드웹툰을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 59, 한국만화애니메이션학회, 2020, 483-509쪽.
- _____, 「SNS 웹툰에서 그려지는 사회적 약자의 스토리텔링에 관한 연구」, 『애니메이션연구』 17(3), 한국애니메이션학회, 2021, 100-112쪽.
- 류철균·이지영, 「자기 재현적 웹툰의 주제 의식 연구」, 『대중서사연구』 30, 대중서사학회, 2013, 117-147쪽.
- 박성희, 『진정성』, 이너북스, 2011.
- 박세현, 「1인 미디어 플랫폼과 웹툰에 대한 연구」, 『만화포럼 칸』 5, 2017, 235-247쪽.
- 박예빈·이예진·조희정·김은실, 「인스타그램 마이크로 인플루언서-팔로워 간의 상호작용성이 스폰서십 공시 효과에 미치는 영향: 지각된 진정성과 동일시의 매개효과를 중심으로」, 『한국심리학회지: 소비자·광고』 21(4), 한국소비자·광고심리학회, 2020, 603-631쪽.
- 박인하, 「한국 웹툰의 변별적 특성 연구」, 『애니메이션연구』 11(3), 한국애니메이션학

- 회, 2015, 82-97쪽.
- 백종성, 「1인 미디어와 웹툰: 현실과 가상의 공존」, 『만화비평』 7, 정음서원, 2018, 30-42쪽.
- 브라이언 마수미, 조성훈 역, 『가상계』, 갈무리, 2011.
- 안서현, 「스토리과 디스플레이: 일반 웹툰·출판만화와의 비교를 통해 본 컷툰의 독자 경험」, 『횡단인문학』 11, 인문학 연구소, 2022, 163-182쪽.
- 유선옥, 「진정성 연구 고찰과 미래 과제에 대한 탐색: 커뮤니케이션 학술지에 나타난 진정성의 개념과 척도, 연구경향을 중심으로」, 『한국 사회과학연구』 39(1), 사회과학연구소, 2020, 403-472쪽.
- 이보혜·윤기현, 「SNS 1인 미디어 웹툰의 흐름 - 인스타툰을 중심으로」, 『한국디자인 포럼』 26(3), 한국디자인트렌드학회, 2021, 149-160쪽.
- 이승희·안현수, 「인스타툰이 데이트폭력 편견에 미치는 영향과 그 과정에 관한 연구: 뉴스기사와의 비교를 중심으로」, 『한국언론학보』 64(4), 한국언론학회, 2020, 5-39쪽.
- 이화자, 「SNS 만화 현황과 특징, 발전방향」, 『만화포럼 칸』 7, 2019, 234-256쪽.
- 최윤슬·이경렬, 「SNS 진정성의 속성과 척도개발에 관한 연구: 트위터와 페이스북 이용자의 진정성 지각을 중심으로」, 『광고학연구』 24(5), 한국광고학회, 2013, 157-179쪽.
- Lionel Trilling & Irving Howe & Leslie Farber & William Hamilton & Robert Orrill, "Sincerity & Authenticity: A Symposium", *Salmagundi 187*, Saratoga Springs: Skidmore College, 2015, pp.604-637.
- Mark Andrejevic, "The Work That Affective Economics Does", *Cultural Studies 25(4-5)*, Abingdon: Taylor & Francis Group, 2011, pp.604-620.
- Rebekka Kreling & Adrian Meier & Leonard Reinecke, "Feeling Authentic on Social Media: Subjective Authenticity Across Instagram Stories and Posts", *Social media+society 8(1)*, London, England: SAGE Publications, 2022.
- Sara Ahmed, "Affective Economies", *Social Text 79*, Duke University Press, 2004, pp.117-139.

Abstract

Instatoon, the Daily Life of Affective Authenticity

Choi, Min-Ji(Seoul National University)

This paper aims to reveal the aesthetics and political potential of Instatoon by capturing the core mechanism of Instatoon as authenticity, and conceptualizing it as affects. This becomes possible when the media characteristics of Instatoon and the phenomena they create are noted in a comprehensive view, not the quality of individual Instatoons.

Instatoon is an SNStoon published in a series on Instagram. It has a strong characteristic of Dailytoon in that it takes topics from daily life and also is appreciated in daily circumstances. Because of the active exposures of an artist of Instatoon, a strong identification between the character in it and the artist occurs. The character is regarded as a mask representing the artist, and the narrative of Instatoon is presented as the artist's autobiographical story to the viewers. Due to these media characteristics, authenticity appears as a core value in Instatoon. Authenticity of Instatoon is not limited to individuals, but works as collective affect that is related to everyone who composes the field of Instatoon. Authenticity accumulates by cycling between the posts and comments for Instatoons, and affects multidirectionally and dynamically. Furthermore, affects of authenticity precedes individual Instatoons, making the genre of Instatoon itself a space where authenticity unfolds.

Affects of authenticity allows frank speaking of daily life in Instatoon, and produce an effect of visualizing the personal experiences that have been previously invisible, and thus making them problematic. For example, Instatoons dealing with female experiences of pregnancy, childbirth, and parenting, convey that they are not problems limited to an individual female alone, and others dealing with experiences of eating

disorders and mood disorders, show that these are problems that require specialized medical treatments. On the other hand, however, Instatoon faces a dilemma of advertising toon, the main source of artist's incomes, damages the authenticity. The various strategies taken to prevent it happen, once again, prove that authenticity is an important value in Instatoon.

Paying attention to affects of authenticity, the feature of Instatoon, which have been regarded as limitations until now, such as simple narrative, daily topics, and simple drawing styles, could rather be considered as causing affects of authenticity more easily. The future of Instatoon is depend on actively affirming these characteristics and colorfully creating affects of authenticity.

(Keywords: Instatoon, Webtoon, SNStoon, Dailytoon, Authenticity, Affect, Media)

■ 논문투고일 2022년 09월 26일

■ 논문심사일 2022년 10월 11일

■ 수정완료일 2022년 10월 21일

■ 게재확정일 2022년 10월 11일