

SNS웹툰 IP와 캐릭터 융합사례 연구 : 스토리텔링의 정서적 공감 요인을 중심으로

A Case Study on the Integration of SNS Webtoon IP and Characters : Focusing on the Emotional Empathy Factors of Storytelling

류유희¹

Yu-Hee Ryu¹

요약

본 연구는 SNS웹툰의 정서적 공감요인을 분석하여 작품에서 발견할 수 있는 공감의 기능을 연구하는 것을 목적으로 한다. 웹툰 산업이 발전하면서 이용자가 크게 증가하고 있으며, 이들은 웹툰 전문 플랫폼 외에도 SNS 플랫폼 또한 웹툰을 감상하는데 적극적으로 활용한다. SNS 플랫폼 내 작품들은 IP에 대한 선호도를 기반으로 다양한 캐릭터 융합 사례를 만들어내고 있다. 이에 본 연구에서는 SNS웹툰과 캐릭터에서 발견할 수 있는 정서적 공감 요인을 연구하고 이를 바탕으로 IP융합에 대한 제언을 도출하고자 한다. 이에 정서적 공감 요인으로 주제성, 동질감, 시대성, 친근감 등을 도출하였고 SNS웹툰 중 적극적인 IP융합을 이루고 있는 세가지 사례 분석을 진행하였다. 연구 대상 작품들은 모두 정서적 공감 요인에 부합하였으며, SNS 플랫폼을 활용하여 작품을 통한 독자들과의 관계와 커뮤니티 구성, 좋은 평판 등을 얻었음을 분석하였다. 이에 SNS웹툰 IP는 소비자와의 공감을 통해 융합을 위한 파이프라인을 구축하고 앞으로 성공가능성을 가질 수 있음을 연구하였다.

핵심어 : SNS, SNS웹툰, 캐릭터, 스토리텔링, 정서적 공감요인

Abstract

The purpose of this study is to study the function of empathy that can be found in works by analyzing the emotional empathy factors of SNS webtoons. With the development of the webtoon industry, the number of users is increasing significantly, and they also actively use the SNS platform to appreciate webtoons. The works in the SNS platform are creating various character fusion cases based on their preference for IP. Therefore, this study studies the emotional empathy factors found in SNS webtoons and characters, and based on this, we intend to derive suggestions for IP convergence. Accordingly, subjectivity, homogeneity, timeliness, and friendliness were derived as emotional empathy factors, and three case analyses of active IP convergence among SNS webtoons were conducted. All of the works to be studied met the emotional empathy factors, and it was analyzed that they obtained relationships with readers, community composition, and good reputation through the work using the SNS platform. Accordingly, it was studied that SNS webtoons IP can establish a pipeline for convergence through empathy with consumers

¹ Department Manhwa-Webtoon, Korea University of Media Arts, Sejong, Korea [Professor]
e-mail: ryh9001@gw.pro.ac.kr

Received(September 6, 2024), Review Result(1st: September 30, 2024), Accepted(October 11, 2024), Published(October 31, 2024)



© 2024 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

and have potential for success in the future.

Keyword : SNS, SNS Webtoon, Character, Storytelling, Emotional Empathy Factors

1. 서론

<2023 만화산업백서> [그림 1]에 따르면 웹툰을 감상하는 소비자들의 주 이용 서비스 중 1위는 네이버 웹툰이며 2위는 카카오페이지, 3위 카카오웹툰 4위 네이버 시리즈 등이 기록했다. 뒤이어 5위를 차지하는 것은 웹툰 관련 플랫폼이 아닌 SNS인 인스타그램이다. 그 뒤를 레진코믹스, 탑툰과 같은 웹툰 전문플랫폼이 뒤따르고 있다.



[그림 1] 웹툰 주 이용 서비스

[Fig. 1] Webtoon main use service

주 서비스의 이용 이유는 ‘오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)’가 가장 높은 비중을 차지했으며 이어 감상 작품의 수가 많은 것, 무료 감상이 가능한 것이 다음 순위를 차지하였다 [1]. 이와같이 웹툰 이용자들은 다양한 플랫폼을 통한 소비를 하되 편한 공간과 무료 서비스에 대한 선호도가 높은 편이다. 그렇기 때문에 네이버와 카카오와 같은 무료 기반 포털 플랫폼에 뒤이어 웹툰 전문 플랫폼이 아닌 SNS가 높은 이용 비중을 차지할 수 있었을 것이다.

2023년 인스타그램을 통한 웹툰 감상 비율은 2022년 11.5%, 2023년13.6% [1]을 기록하며 상승세를 보였다. SNS웹툰의 선호도가 높아지고 높은 접근성이라는 플랫폼의 특성을 기반으로 흔히 ‘인스타툰’이라고 불리는 관련 콘텐츠의 숫자가 점점 커지고 있다. 2024년 9월 기준 인스타그램 내 ‘인스타툰’ 해시태그의 개수는 233만개이다.

웹툰 감상 플랫폼으로써 인스타그램의 선호도가 높아지면서 이에 대한 연구도 꾸준히 이루어지고 있다. 주로 일상툰의 공감과 진정성, SNS웹툰이 가지는 상호작용성 및 웹툰 마케팅으로서 브랜드웹툰 등에 다루고 있다.

본 연구에서는 SNS웹툰에서 발견할 수 있는 웹툰 기반 캐릭터 IP 융합 및 활용 사례에 대해 SNS웹툰과 캐릭터에서 발견할 수 있는 공감적 요인을 중심으로 분석하고자 한다. 공감은 사용자 간의 상호작용을 이끌어내는 요인으로 SNS의 중요한 특성인 커뮤니티의 구성과 관계의 유지, 대화를 이끌어낸다. 이에 본 연구에서는 SNS웹툰의 특성과 캐릭터의 기능, 이들의 융합을 통해 강화되는 공감의 기능에 집중하여 콘텐츠를 분석하고 효과적인 콘텐츠 전략 수립을 위한 실천적 제언을 도출하고자 한다.

2. 이론적 연구

2.1 SNS 웹툰의 특성

SNS는 Social Network Service의 약자로 인터넷과 모바일 플랫폼 환경이 확대됨에 따라 다양하게 정의된다. 웹2.0을 기반으로 한 사회적 관계망을 통해 자신을 생각을 여러 가지 형태로 표현하며 이용자들 간의 상호작용을 통해 커뮤니케이션을 이루는 공간으로 정리할 수 있다. 웹 환경이 발전함에 따라 텍스트에서 이미지, 영상, 실시간 등 다양한 방식으로 제작된 수많은 콘텐츠가 SNS 내에 게재되고 있다. SNS웹툰 역시 이러한 환경 속에서 상호작용을 위한 하나의 표현양식으로써 이용자들 간 상호작용을 이끌어내는 수단으로 선호되며 많은 콘텐츠가 제작되고 있다.

[표 1] SNS의 7가지 특성

[Table 1] Characteristics of SNS

	속성	내용
1	존재감(presence)	내 상태와 현황을 알리기 위한 자기 표현
2	공유(sharing)	정보와 콘텐츠의 공동 이용
3	대화(conversation)	커뮤니케이션
4	커뮤니티(groups),	관심사에 따른 단체 활동
5	평판(reputation)	평가를 통한 자신의 명성과 평판 관리
6	관계성(relationships),	관계 구축과 유지
7	정체성(identity)	자신의 정체성 표현

SNS의 특성은 [표 1]과 같이 존재감(presence), 공유(sharing), 대화(conversation), 커뮤니티(groups), 평판(reputation), 관계성(relationships), 정체성(identity) 등 일곱가지로 분류할 수 있다 [2]. SNS웹툰 역시 이러한 특성을 기반으로 제작되는데 인스타그램 작가들이 자신의 이야기를 그려내고, 이를 계정 내에 공유하며, 콘텐츠를 통해 독자들과 댓글 및 하트, DM 등을 통해 소통하고, 같은 콘텐츠를 감상하는 독자들과 작가 간 일종의 커뮤니티가 형성된다. 이 과정에서 작가에 대한 평판이 만들어

지고, 작가와 독자 간 관계가 형성되고 유지되며 고정 소비층이 발생하게 된다. 독자들은 작가가 전달하는 콘텐츠의 메시지와 거기에 담겨있는 정체성에 공감함에 따라 몰입도가 높아지며 커뮤니티의 역할이 공고해진다.

조효예 [3]는 SNS웹툰의 특성에 대한 실증 연구를 바탕으로 정보성, 흥미성, 독창성, 매력성이라는 네가지 요소에 대해 언급하였다. SNS웹툰의 스토리텔링을 통해 특정 메시지를 전달하고, 시각적 콘텐츠의 강점을 통해 흥미롭게 내용을 전달하며 감성적 자극을 유도한다. 또한 작가의 창의성을 바탕으로 새로운 이야기와 캐릭터를 통해 독창성을 가지며 누구나 쉽게 이야기를 전달받을 수 있는 매력성이 상당히 높은 콘텐츠이다.

이장석, 유지윤 [4]은 인스타툰의 흥미성, 진실성, 명확성에 대해 연구하였다. 흥미성은 인스타툰 독자들이 가지는 재미와 즐거움을 뜻하며, 진실성은 스토리에 담긴 진정성으로 독자와의 신뢰 구축에 중요한 요소이다. 명확성은 스토리텔링의 분명하고 간결함, 표현의 명쾌함을 의미한다. 이러한 인스타툰의 요소를 통해 콘텐츠에 대한 공감과 상호작용을 유도할 수 있다.

위와 같은 연구를 통해 SNS플랫폼 안에서 SNS웹툰은 SNS의 특성을 모두 드러내며 콘텐츠 제작자와 소비자 간 관계를 맺고 유지하며 강화할 수 있는 역량을 가지고 있음을 확인할 수 있다. 이는 SNS 웹툰이 가지는 스토리텔링과 캐릭터의 힘을 기반으로 만들어진다.

2.2 SNS웹툰과 캐릭터의 기능

캐릭터는 SNS웹툰 IP 구축에 매우 중요한 요소이다. 작품의 이미지를 형성하는데 가장 직접적인 영향력을 끼치기 때문이다. 캐릭터는 소비층과 충성 고객을 확실하게 확보할 수 있는 수단이며 캐릭터 소비에 긍정적인 영향을 준다 [5]. 캐릭터가 가지는 시각적 독창성 요인은 독자들의 선호도에 긍정적인 영향을 미치며 [6], 캐릭터의 선호도를 통해 갖게 되는 정서적 유대감과 감정적 연결은 캐릭터에 대한 친근감을 형성하고 충성도를 증진시킨다 [7]. 캐릭터에 대한 친근감은 곧 익숙함을 의미하며 사람들은 자신이 기존에 잘 알고 익숙한 것에 대해 거리감이나 거부감이 줄어들어 특정 대상에 대한 관계의 정도나 소유감을 더 많이 느끼는 긍정적 영향력을 가진다 [8]. 이는 궁극적으로 캐릭터의 호감도로 이어진다 [9]. 변예인에 따르면 인스타그램 캐릭터는 캐릭터의 정체성을 강화하는 캐릭터 성격, 디자인, 지향 이념 등을 포괄한 정체성, 캐릭터의 조형과 시각적 요소인 디자인, 콘텐츠 주제인 메시지 등으로 이루어지며, 이들이 결합했을 때 시너지를 통해 캐릭터에 차별화가 생긴다 [10].

캐릭터가 가지는 이미지와 메시지는 인스타툰의 스토리텔링을 전달하기 위한 매우 중요한 요소로 작가의 메시지를 시각적으로 표현하고 앞서 다룬 SNS의 7가지 속성을 전달하기에 가장 적합한 요소로 작용한다. 독자들은 작가가 창조한 캐릭터를 통해 존재를 인지하고 캐릭터가 등장하는 웹툰 스토리텔링을 통해 정체성을 이해하며 관계를 구축해나가게 된다.

2.3 SNS웹툰의 캐릭터 공감

SNS웹툰은 스토리텔링과 캐릭터를 통해 독자와의 상호작용을 이끌어낸다. 스토리텔러는 자신의 생각이나 감정을 이야기에 담아 전달하고, 수용자는 이에 대해 반응한다 [11]. 스토리텔링은 자신의 생각을 다른 사람과 공유하고, 다른 사람의 생각에 참여하며, 공유된 마음으로 함께하여 가치를 전달하는 사회문화적 차원의 역할을 한다. 또한 인물, 상황에 대한 감정이입과 공감적 이해에 근거하고 있으며, 이야기 형식을 통해 다른 사람과 생각이나 감정을 공유하게 하고 정서적인 소통을 가능하게 한다 [12]. 공감은 주변 사람들 간 유대감 형성에 중요할 뿐만 아니라, 사회에 나아가 타인들과의 결속력 유지 및 원만한 관계 형성에 중요한 요소이다 [13]. SNS웹툰은 공감을 통해 독자들과의 관계성을 강화하며 상호작용의 중요한 요소로 작용한다. 공감은 타인의 가치를 확인시켜주고 긍정적인 커뮤니케이션 분위기를 조성하는데 긍정적인 영향을 미치기 때문이다 [14].

콘텐츠의 소비자 만족도를 높이기 위한 주요 속성 요인으로 시각적 독창성 요인과 정서적 공감 요인이 필요하다. 시각적 독창성은 외모의 참신함, 귀여움, 호감도, 인지도, 변경 용이(응용성) 등의 요인으로 캐릭터의 조형적 요소 및 기능적 요소를 기반으로 이루어져 있으며 시각적 만족도를 준다. 캐릭터의 정서적 공감 요인은 의미 있는 주제가 느껴짐, 나와 유사한 느낌, 시대적 유행 감각, 친근함 등의 요인 등으로 기능 및 상징적 요소로써 커뮤니케이션의 극대화를 이루고 메시지 전달에 목적을 둔다 [15].

SNS 웹툰은 스토리텔링을 통해 캐릭터에 지속적인 메시지를 주입해주고 꾸준한 연재를 통해 소비자와의 친숙성을 이끌어내며 정서적 공감을 극대화시킨다. 이에 SNS웹툰의 캐릭터에 대한 정서적 공감 요인을 위의 연구를 기반으로 주제성, 동질감, 시대성, 친근감 등으로 정의하고자 한다. 주제성은 작품이 이야기하고자 하는 메시지와 의미를 뜻하며, 동질감은 소비자가 캐릭터에서 느낄 수 있는 본인과의 유사한 느낌, 시대성은 이야기에서 느낄 수 있는 동시대적 감각, 친근함은 스토리텔링과 캐릭터를 통해 느껴지는 친근함의 정도를 이야기한다. 이러한 요소들이 소비자에게 적절히 전달될 때, 소비자는 작품에 정서적으로 공감하고 작품과 캐릭터의 적극적 소비자로 성장하며, SNS웹툰은 IP확장의 기회를 얻어낼 수 있게 된다.

공감도가 높은 SNS웹툰들은 단순히 작품만을 연재하는 것으로 만족하지 않고 IP확장을 위한 다양한 시도를 이끌어낸다. 가장 대표적인 사례 중 하나가 수신지 작가의 <며느라기>이다. 2017년 인스타그램에서 연재를 시작한 <며느라기>는 작품 속 민사린 캐릭터를 중심으로 스토리텔링이 진행되었고 실제 며느리들이 겪을만한, 가까운 친구의 이야기를 전해 듣는 것처럼 그려냈다. 댓글에는 수많은 독자들이 ‘공감’하며 본인의 이야기를 풀어나가며 작품 연재 공간은 하나의 커뮤니티로서 역할을 가지게 되고, 독자들과 또는 독자들 간 상호작용이 이루어진다. <며느라기>는 현대 여성들이 결혼을 하면서 겪는 부조리한 현실과 갈등이라는 ‘주제’를 적절히 표현해내며 주 독자층인

여성이라 누구나 공감할 수 있게 그려내며 ‘동질감’을 강조한다. 이와 동시에 현실의 문제점을 다룸으로써 ‘시대성’을 강조하며 현실적인 주제로 가까운 친구와 이야기하는 듯한 ‘친근함’ 또한 강조된 작품이다. 많은 공감을 통해 인기를 얻은 작품은 2020년 카카오페이지에서 재연재를 거쳤으며 2022년 1월 카카오투를 통해 웹드라마로 제작되는 등 화제 속에서 IP를 확장시켜 나갔다.

이에 본 연구에서는 SNS웹툰의 몇 가지 사례를 통해 정서적 공감 요소에 대해 분석하고자 한다. 더불어 작품들의 정서적 공감을 통해 선호도와 인지도를 높인 작품들이 이후 어떻게 캐릭터 산업과의 융합을 이루었는지에 대해 연구하고자 한다.

3. SNS웹툰 사례연구

3.1 <악어과장>

꿀곰(@ggul_gim) 작가의 인스타그램 <악어과장> 시리즈는 2024년 3월 <악어대리>라는 제목으로 연재를 시작하여 회사원인 주인공 ‘악어’의 승진에 따라 제목을 변경하며 연재를 진행 중이다.

주인공 캐릭터인 악어과장은 여자친구와의 이별 후에도 열심히 회사생활을 하는 캐릭터로 타인의 고통을 외면하지 않는 따뜻한 마음으로 동료와 가족을 돌본다. <악어과장>은 악어과장 캐릭터를 중심인물로 토사원, 도치팀장, 곰대표, 친구 밥 등 다양한 캐릭터를 주변인물로 삼아 실제 사회 생활을 하는 많은 사람들이 한번쯤은 겪어볼 만한 일을 그려낸다. 회사 생활 중 동료나 후배, 상사와의 갈등을 그리고 해결하는 과정, 가족에 대한 연민과 갈등 등을 그려낸다. 대부분 에피소드에 좋아요 만 건이 이상이 기록되며 독자들은 댓글을 통해 이야기에 대한 공감의 메시지를 전달한다.

<악어과장>에 대한 정서적 공감요인 별 분석내용은 다음 [표 2]와 같다.

[표 2] <악어과장>의 정서적 공감요인

[Table 2] Emotional Empathy Factors of <Crocodile Chief>

	정서적 공감요인	내용
1	주제성	직장인들의 회사 생활과 성장 회사 내 집단 및 개인 간 갈등 현대 사회 청년들과 중장년 층의 고민
2	동질감	직장인 및 사회생활을 영위하는 모든 이들의 이야기 캐릭터의 다양한 직위로 사회초년생부터 중년까지 다양한 이야기를 담음
3	시대성	현 시대 직장인들의 생활과 고민 이야기
4	친근감	직장인이자라면 누구나 공감하고 겪어볼만한 이야기로 친근감 강화

<악어과장>의 스토리텔링은 정서적 공감요인인 주제성, 동질감, 시대성, 친근감 모두 충족한 이야기로 많은 독자들의 사랑을 받으며 선호도를 높여가고 있다. <악어과장>은 이모티콘과 같은 캐

릭터 상품을 출시하고, 텀블벅을 통한 완구 상품 펀딩 700%이상을 달성하며 성공적인 웹툰 IP와 캐릭터 간 융합을 이루어내고 있다.

3.2 <오늘의 다은>

심다은(@todaydaeun) 작가의 <오늘의 다은>은 인스타그램에 다이어리 형식으로 오늘의 일기를 그리며 일상툰 장르의 인스타툰 연재를 시작하였다. 작가 자신의 생활 기록을 중심으로 학교생활, 패션, 음식, 우정 관련 이야기에서 결혼까지 다양한 소재를 감성적으로 담아냈다는 평가를 받는다.

작가는 본인의 인스타그램 연재작품을 출판하며 에필로그를 통해 스스로의 이야기에 빠져보는 시간, 나의 매력포인트, 스스로를 소중하게 여기는 시간, 평범한 하루의 소중함, 추억, 행복한 내가 되기 위해 일기를 그려나갔다 설명하였다. <오늘의 다은>에 대한 정서적 공감요인 별 분석내용은 다음 [표 3]과 같다.

[표 3] <오늘의 다은>의 정서적 공감요인

[Table 3] Emotional Empathy Factors of <Today Daeun>

	정서적 공감요인	내용
1	주제성	매일 스스로를 기록하기 위한 평범한 생활에서 발견할 수 있는 즐거움
2	동질감	누구나 느끼는 평범하고 소소한 매일의 이야기
3	시대성	현 시대 2030 청년들의 현재 이야기
4	친근감	일기 형식으로 기록하며 친한 친구와 대화하는 듯한 분위기의 작품

<오늘의 다은>은 2024년 9월 현재 15만명 이상의 팔로워를 달성하였으며 그림일기를 책으로 엮은 <오늘의 다은>과 작가 본인의 기록생활 자체를 기록하고 기록의 좋은 점을 알리기 위한 <좋아해서 하는 기록> 등을 출간하였다. 그 밖에도 컬러링북, 다이어리, 스티커 등의 캐릭터 상품을 출시하며 그림일기 인스타툰에 기반한 다양한 융합 사례를 선보이고 있다.

3.3 <망그러진 만화>

유랑(@yurang_official) 작가의 <망그러진 만화>는 흔히 망그러진 곰, 망곰 등으로 불린다. “빼돌 빼돌 망그러졌지만, 이대로도 좋아!”라는 메시지로 시작된 작품은 완벽하지 못해도 즐거운 일상을 보내는 캐릭터들의 스토리텔링을 통해 소소한 웃음을 건내기 위해 제작되었다. 작품의 독자들은 아무 생각없이도 편안하게 볼 수 있는 힐링 만화로, 일상 속 유머코드의 재미, 귀여운 캐릭터에 자신의 모습을 대입하며 부족해도 괜찮다는 작품 속 주제를 충실히 전달받는다. <망그러진 만화>에 대한 정서적 공감요인 별 분석내용은 다음 [표 4]와 같다. <망그러진 만화>의 경우 스토리텔링 세

계관 자체가 인간 중심이 아닌 동물 캐릭터 중심이지만, 현실의 일상이야기를 담아냈기 때문에 시대성 또한 일치하는 것으로 판단된다. <망그러진 만화>의 ‘K-엄마’ 에피소드 등을 통해 작품의 현실적 소재를 찾아볼 수 있다.

[표 4] <망그러진 만화>의 정서적 공감요인

[Table 4] Emotional Empathy Factors of <Broken Cartoon>

	정서적 공감요인	내용
1	주제성	완벽하지 않아도 괜찮다는 응원의 메시지 전달
2	동질감	누구나 느끼는 평범하고 소소한 매일의 이야기 구성으로 완벽할 수 없는 모든 사람들에게 공감을 얻음
3	시대성	동물 중심 세계관을 가지고 있으나, 현실의 일상 소재를 다룸
4	친근감	완벽하지 않아도 된다는 편안함과 소소한 생활 이야기 귀여운 캐릭터에서 느낄 수 있는 친근감

<망그러진 만화>의 망곰 캐릭터는 본 연구에서 다른 다른 작품과는 다르게 하나의 캐릭터를 중심으로 연결성있는 스토리텔링이 진행되지 않는다. 작품 속에는 아기곰과 엄마곰, 햄터(햄스터) 등 다양한 캐릭터가 등장하고 각기 다른 이야기를 담은 에피소드 형식으로 작품이 전개된다. 그러나 어떤 캐릭터를 중심으로 이야기가 전개되더라도 소소하고 별 것 없는 일상의 이야기가 그려진다. 모든 이야기에 큰 갈등없이 귀여운 캐릭터들의 이야기를 편안하게 볼 수 있는 힐링만화라는 평가를 받는다.

<망그러진 만화>는 2022년, 2023년에 단행본으로 출간되었으며 2023년에는 서울국제도서전 ‘한국에서 가장 재미있는 책’ 10종에 선정되기도 하였다. 이모티콘이나 팬시상품과 더불어 더현대 서울과 협업을 통한 팝업스토어, 의류 브랜드 스파오와 콜라보 상품 등을 출시하였고 2024년부터는 두산베어스와의 콜라보로 구단 캐릭터로 활약하는 등 다양한 융합 사례를 보이고 있다.

4. 결론

본 연구에서는 SNS웹툰의 정서적 공감요인을 분석하여 작품에서 발견할 수 있는 공감의 기능을 연구하였다. 사례 작품으로 <악어과장>, <오늘의 다은>, <망그러진 만화> 등 세 가지 작품을 선정하였으며, 그 결과는 아래 [표 5]와 같다.

[표 5] SNS웹툰의 정서적 공감요인 결과 분석

[Table 5] A result of emotional consensus on SNS Webtoons

	주제성	동질감	시대성	친근감	IP 융합
<악어과장>	O	O	O	O	O
<오늘의 다운>	O	O	O	O	O
<망그러진 만화>	O	O	O	O	O

이론적 연구를 통해 도출한 정서적 공감요인인 주제성, 동질감, 시대성, 친근감 등 네가지 요인이 모두 일치하였다. <악어과장>과 <망그러진 만화>의 경우 캐릭터 디자인이 동물 형태를 띠고 있으나, <악어과장>은 동물 캐릭터 디자인만 차용했을 뿐 세계관은 현실과 일치하고 <망그러진 만화>의 경우 인간세계를 따로 두고 동물 세계의 이야기를 그리나 대부분의 소재와 공간, 배경 등이 현실에서 찾아볼 수 있는 것을 중심으로 이야기를 구성하였다. 결국 세 작품 모두 현실세계를 기반으로 스토리텔링을 구성하여 정서적 공감요인의 일치성이 높았던 것이라 해석할 수 있다.

결과적으로 정서적 공감을 얻어낼 수 있었던 세 작품 모두 SNS플랫폼에서 독자들과의 관계를 구축하고 커뮤니티를 만들고 꾸준한 팬 층이자 소비층을 만들어내는데 성공하였다. 이들은 웹툰IP를 활용한 캐릭터와의 융합에도 매우 적극적으로 반응한다. 세 작품 모두 캐릭터 상품 및 작품과 관련된 다양한 IP 활용을 시도하고 있으며 좋은 결과를 도출하였다. SNS웹툰을 통해 고정소비층을 모으고 꾸준한 작품 연재를 통해 좋은 평판을 유지하며 IP 융합의 가능성을 높이고 소비로 이어지는 파이프라인을 구축한 것이다. 소비자의 선택을 받은 IP는 한 개인이 시작하고 만들어낸 것이라도, 수십만명에게 인지되고 높은 선호도를 통해 다양한 융합 사례를 선보이며 산업적으로 성공 가능성을 가질 수 있다는 것을 SNS플랫폼의 여러 사례를 통해 분석할 수 있다.

본 연구는 SNS 플랫폼의 다양한 사례 중 단 세 가지만을 연구분석 했다는 한계점을 가진다. 그러나 SNS웹툰이 화제성을 가질 수 있는 요인이 존재함을 이해하고 이에 대한 질적 연구를 시작했다는 것에 의의를 가질 수 있으며, SNS웹툰으로 시작된 IP가 캐릭터 및 다양한 콘텐츠로 어떻게 융합되고 확장될 수 있는지에 대한 다양한 연구의 초석으로 이용될 것을 기대한다.

References

- [1] KOCCA, 2023 Cartoon Industry White Paper, Korea Creative Content Agency, 2024
- [2] G. Smith, (2004), "Interonnected", interconnected.org/, http://interconnected.org/home/2004/04/28/on_social_software, (accessed September 20, 2024).
- [3] H. Y. Zo, "The study on the impact of social media webtoon subscriptions on word-of-mouth lintentions the mediating effects of subscriber content engagement and empathy", Master's thesis, The Graduate School of Visual Design, Hanyang University, Republic of Korea, 2024.
- [4] J. S. Lee, J. Y. Yoo, "A study on factors affecting flow experiences and continued use intention of

- Instagram webtoon users”, *Studies of Korean Science*, vol. 49, no. 4, December 2023, pp. 109-134, doi: 10.21732/skps.2023.113.109.
- [5] D. K. Kim, “A study on the extension of character IP using a series of social media cartoon character -Focusing on "Lion and Choonsik" by Kakao Talk Friends”, Master's thesis, The Graduate School of Cartoon and Animation, Sejong University, Republic of Korea, 2022.
- [6] M. S. Choi, “A study on the advertising effect according to the characteristics of brand SNS characters : Focusing on product type, personification as control variables”, doctoral thesis, Department of Advertising & Public Relation, Hongik University, Republic of Korea, 2023.
- [7] H. J. Kim, “The impact of SNS character attributes on brand engagement - Focusing on the role of relational emotion as a parameter”, Master's thesis, The Graduate School of Film, Digital media&Communication, Hongik University, Republic of Korea, 2024.
- [8] W. H. Kim, K. Y. Lee, H. H. Shin, “A Study on the Effects of the Source Characteristics of Brand Character and Congruence Factors”, *Kroean Journal of Communication Studies*, vol. 15, no. 3, October 2007, pp. 105-133.
- [9] J. W. Jun, “Effects of Familiarity and Para-social Interaction with Emoticons on Dual Attitudes and Animation Viewing Intentions”, *Broadcasting & Communication*, vol. 19, no. 1, March 2018, pp. 45-68, doi: 10.22876/bnc.2018.19.1.002.
- [10] Y. I. Byun, “A Study on storytelling strategies for Instagram Characters : - Focusing on "Choi Gosim"”, Master's thesis, The Graduate School of Industrial Convergence, Hanyang University, Republic of Korea, 2024.
- [11] J. R. Jo, *Storytelling Mentoring*, Hang-bok-han Mi-rae, 2013.
- [12] J. H. Shin, “The Effects of Art Appreciation Class Using Storytelling on The Empathy Ability of The 1st Grade Middle School Students”, Master's thesis, The Graduate School of Education, Ewha Womans University, Republic of Korea, 2019.
- [13] M. Y. Lee, “Roles of Art Education for Development of Empathic Ability: Centered on Visual Thinking”, *Art Education Research Review*, vol 27, no. 3, December 2013, pp. 99-124.
- [14] M. V. Redmond, “The functions of empathy (Decentering) in human relations”, *Human Relations*, vol. 42, no. 7, July 1989, pp. 593-605, doi: 10.1177/001872678904200703.
- [15] D. W. Oh, “Study on the relationship of effect between attribute factors of character and consumer's preference : the moderation role of level of invement in the character”, doctoral thesis, Department of Business Administration, JungAng University, Republic of Korea, 2007.