

카카오톡 마블 이모티콘들의 의미 생성에 대한 연구  
- 희로애락 (喜怒哀樂)을 중심으로 -

A study on the meaning generation of Kakao marvel emoticons  
- Focus on joy, anger, sorrow, pleasure -

주 저자

민 신 기 Min, Shin-ki

백석대학교 디자인영상학부 교수 | Professor of Baekseok University

skmin@bu.ac.kr

투고일	2017.09.10	심사일	2018.01.24	게재확정일	2018.01.24
-----	------------	-----	------------	-------	------------

이 논문은 2017년도 백석대학교 대학 연구비에 의하여 수행된 것임

www.kci.go.kr

## 목 차

### 1. 서 론

- 1.1. 문제제기 및 연구목적
- 1.2. 연구대상 및 연구방법

### 2. 이론적 배경

- 2.1 이모티콘의 개념과 시장 상황
- 2.2 이모티콘의 이용 동기
- 2.3. 인간의 신체 동작과 감정
- 2.4. 정보의 전달 과정과 문제점
- 2.5. 희로애락 의미 형성에 대한 이해

### 3. 희로애락(喜怒哀樂) 이모티콘 분석

- 3.1 '희(喜)' 이모티콘 감정표현
- 3.2 '로(怒)' 이모티콘 감정표현
- 3.3 '애(哀)' 이모티콘 감정표현
- 3.4 '락(樂)' 이모티콘 감정표현

### 4. 결 론

### 참고문헌

## Abstract

The use of emoticons these days has become a common means of communication. In this study, we analyzed semiotically the meaning of symbolic symbol and symbol symbol in Marble's emoticon operated by Kacao Messenger from the viewpoint of 'joy, anger, sorrow, pleasure'. As a result, it was found out that the meaning of the original symbol could be transformed by the symbol, and it was found that the symbol could be an important variable in the expression of the desired emotion. In conclusion, I could understand 'anger' and 'sorrow' in terms of avoiding in terms of human desire in life. In terms of expression, 'Joy' and 'pleasure' were similar to each other. Symbols were considered to have a significant effect on the speed of emotional expression and the meaning of emotional high and low according to the situation.

## 논문요약

요즘 이모티콘의 사용은 이미 일상화된 커뮤니케이션 수단이 되었다. 본 연구는 카카오 메신저에서 운영되는 마블사 이모티콘들을 '희로애락(喜怒哀樂)' 관점에서 그 도상기호와 상징기호가 어떻게 의미생성을 하였는지를 기호학적 방법을 통해 분석하였다. 그 결과 상징기호에 의해 도상기호 그 원래의 의미가 변형될 수도 있다는 가능성을 파악하였고 표현하고자 하는 감정표현에 기호가 중요한 변수가 될 수도 있음을 알아냈다. 결론적으로 인간이 삶에서 원한다는 점에서 '희'와 '락'을 기피한다는 점에서 '로'와 '애'를 묶음으로도 이해할 수 있었고 표현면에서는 '희'와 '로' 그리고 '애'와 '락'이 유사한 표현들이 많았으며 상징기호들은 상황에 따라서 감정표현의 속도와 감정의 고저를 형성하는데 중요한 영향을 미치는 것으로 판단되었다.

### Keyword

기호, 이모티콘, 의미생성

Signs, emoticon, meaning-making

# 1. 서론

## 1.1. 문제제기 및 연구목적

모바일 메신저 사용이 일상화 되면서 이모티콘 시장이 산업적으로 급성장하고 있다. 2017년 7월 30일 기준 월간 이모티콘 발신 건수는 무려 20억 건(국내 카카오톡 기준)을 돌파하였다. 이러한 시장 상황에서 메신저 기업들은 마케팅 차원에서 일반인들이 직접 이모티콘을 제작할 수 있는 플랫폼에도 관심을 갖게 되었고 그 중 카카오는 지난 4월 누구나 이모티콘을 만들어서 제안할 수 있는 '카카오 이모티콘 스튜디오' 서비스를 시작하였다. 그 후 현재 카카오 이모티콘의 제안 수는 2~4배 이상 증가하였고 이모티콘 신규 작가도 3배 이상 증가했다고 회사는 밝혔다. 이 자료에 의하면 '이모티콘 스튜디오'를 통해 만들어진 상품이 현재 이모티콘 매출 상위 10개 포진해 있는데 범고래 작가의 이모티콘 '대충하는 답장' 등이 대표적인 사례라고 말했다. 이러한 현상은 특히 10~20대 사이에서 짧게 답하는 소통 문화가 퍼지면서 이 같은 이모티콘들이 더욱 더 큰 호응을 얻고 있다고 회사 측은 설명했다. 포털 업계 관계자는 국내 이모티콘 시장은 최소 1000억원 규모로 추산되고 있다며 누구나 이모티콘 제작이 가능해지면서 부업 혹은 취미로 이모티콘을 만드는 창작자도 늘고 있는 추세라고 말했다.<sup>1)</sup>

이에 본 연구는 이모티콘들이 감정표현의 대체물로서 과연 어떻게 소통에서 작용하며 그 의미의 생성이 가능하게 되는지 그 인지 과정을 알아보는 데 있다. 이와 같은 연구를 통해 이모티콘의 표현 특성과 그에 따른 다양한 의미 생성 과정을 보다 심도 있게 이해할 수 있고 이를 바탕으로 앞으로의 이모티콘 제작에도 기여를 할 수 있을 것으로 기대된다.

## 1.2. 연구대상 및 연구방법

영문 'marvel'과 한글 '마블'을 키워드로 카카오톡 이모티콘 샵에 검색을 하면 [그림1]과 같이 '마블 히어로즈 스페셜(24종)', '가вай 마블 히어로즈(40종)', 'Marvel 팬을 위한 미



[그림1] 영화 배트맨 오리지널 포스터들

니 히어로 대출동(24종)', 'MARVEL Avengers(48종)' 총 4개 136종의 이모티콘들이 검색되는데 본 연구는 이들 중 희로애락(喜怒哀樂)에 해당되는 이모티콘들을 분석 대상으로 한정하였다. 왜냐하면 에크먼(Ekman)은 '인간의 기본감정을 기쁨, 분노, 불쾌함, 슬픔, 놀라움, 두려움'이라 주장<sup>2)</sup>하였고 Orthony와 Turner(1991)는 '감정을 기쁨, 사랑, 행복, 흥미, 공포, 분노, 혐오, 슬픔, 놀람, 격노 등으로 분류'<sup>3)</sup>하였다. 또한 中村明은 인간의 감정을 '기쁨, 분노, 슬픔, 공포, 부끄러움, 즐거움, 싫음, 격앙, 안심, 놀람의 10가지<sup>4)</sup>'로 분류하고 있다. 이들 외에 스톰과 스톰(Storm & Storm)은 심리학자들이 생각하는 감정 단어가 무려 350개라고 발표하기도 하였다. 그러나 특히 동양에서는 예로부터 인간의 감정을 희로애락(喜怒哀樂)이라는 사자성어를 통해 그 대표성을 표현하는데 주로 사용되었다. 이는 인류사의 경험 축적을 통한 '인간이 표현하는 다양한 감정들 중 대표적인 4가지의 감정<sup>5)</sup>'이라고 말할 수 있다. '일반적으로 사람들은 친지 음양의 기운을 타고 나서 희로애락의 공통된 감정이 있다<sup>6)</sup>'는 사고는 여러 문헌을 통해 한국과 중국 그리고 일본이 비슷함을 알 수 있다. 특히 이는 한자성어로 고전문학에서 인간사의 삶을 대표하는 언어적 표상으로도 많이 사용되어 왔다. 그러므로 희로애락을 특히 아시아인들의 대표적인 감정으로 명명해도 무방

2) 이훈구. (2010) 감정심리학, 서울: 이너북스, p.33.

3) 조흥식. (2007) 초등학교 교사의 직업적 삶에 대한 희로애락(喜怒哀樂)연구, 한국체육학회, p.231.

4) 張富妍. (2013) 신체부위 관련 감정표현양상에 관한 고찰. 日本語教育研究, 第27輯, p.156.

5) Pixiv(ピクシブ). (2013.8.20). 희로애락. Retrieved 2014.10.17. from <http://dic.pixiv.net/a/%E5%96%9C%E6%80%92%E5%93%80%E6%A5%BD>

6) 이종휘. (2012) 예지(禮志), (김영심·정재훈 역), 소명출판, p.53.

1) [http://www.dt.co.kr/contents.html?article\\_no=2017073102100251043001&ref=naver](http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2017073102100251043001&ref=naver)

하고 나아가 동양문화권 외에 모든 문화권에서도 공통적으로 나타나는 보편적 감정들<sup>7)</sup>이라는 점에서 본 연구자는 이를 본 연구의 기준으로 삼는 것은 타당하다는 판단을 하였다. 구체적 분석 대상의 선정은 2017년 12월 15일 현재 위에서 언급한 4개 136종의 각 이모티콘 중 본 연구의 핵심인 희로애락(喜怒哀樂)의 설명을 인지한 5명의 조사원들을 선정하여 출력의 방식으로 전부 회람한 후 5명 전원이 동의한 대상을 선정한 결과 희(喜) 12개, 로(怒) 14개, 애(哀) 13개, 락(樂) 9개 총 48개를 선정되었다. 이들을 토대로 연구방법은 퍼스(Peirce, Charles Sanders)의 기호 분류를 바탕으로 '도상(icon)'과 '상징(symbol)' 기호론을 적용하여 해당 이모티콘을 형상화하고 있는 각각의 요소(기호)들이 서로 어떻게 융합되어 있고 그 결과 어떤 의미작용을 하고 있는지를 규명하도록 하겠다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 이모티콘의 개념과 시장 상황

이모티콘(emoticon)은 감정(emotion)과 아이콘(icon)이 합성된 신조어로서 '그림 형상으로 인간의 감정을 표현할 수 있도록 만든 시각 기호'를 말한다. 원래 이는 컴퓨터를 매개물로 한 비대면 소통 상황에서 이메일이나 채팅 등과 같이 문자를 기반으로 커뮤니케이션하면서 숫자, 문자, 특수기호 등을 인위적으로 조합하여 비대면 상황에서 전달하기 어려운 감정, 표정, 제스처, 억양 등을 표현하기 위해 시작되었다. 그러나 예전에 문자를 사용한 이모티콘들은 문화권에 따라 서로 다른 문자 표현 방식으로 인해 이들의 조합에서 조금씩 차이가 있었는데 예를 들면 우리는 '웃음'을 형상화하기 위해 세로 시점 조합인 ('^^')을 사용하는 데 비해 영미권은 가로 시점 조합(':-)')을 사용하였고 우리는 주로 감정을 '눈'으로 표현하는데 비해 영미권은 '입'으로 표현하는 등 각 문화 간에 다소 차이가 있다.<sup>8)</sup> 이러한 이유로 과거 문자에 기반한 이모티콘들은 다른 문화권

사람들과의 커뮤니케이션 상황에서 사용하는 것은 한계가 있었다. 그러다가 MSN과 같은 메신저가 점차 성장하면서 이미지를 활용한 이모티콘들이 등장하기 시작하였고 더 나아가 움직임과 소리가 추가된 애니메이션 이모티콘(플래시콘)도 개발되었고 지금은 개성을 강조하고 성격적 요소를 부여한 캐릭터 이모티콘들이 큰 관심을 받고 있다. 이와 같은 방식의 이모티콘들은 예전 문자 방식의 이모티콘들과는 달리 문화적 갭이 다소 적어서 언어나 국가에 상관 없이 서로 직접적으로 보다 세밀한 의미까지도 전달할 수 있게 되었다.

### 2.2. 이모티콘의 이용 동기

이모티콘을 사용하는 그 원인에 대해서는 다양한 주장들이 있으나 피셔(fischer)와 그 동료들의 연구가 설득력이 높다. 그들은 대인 관계에서 이모티콘을 사용하는 이유를 크게 '인상관리(impression management)'의 목적, '친사회적 동기(prosocial motive)'의 목적, '정서적 목적(emotional goals)'이라고 설명했다.<sup>9)</sup> 먼저 '인상관리'는 사람들은 자신에 대한 정보를 스스로 통제하여 자신이 타인에게 형성되는 이미지를 관리하여 자신이 원하는 이상적 자아와 합일되는 공적 자아를 생성하기 위해 자신의 인상을 통제, 유지, 조절하려는 행위를 말한다.<sup>10)</sup> '친사회적 동기'는 자신의 행동들이 사회적으로 긍정적인 결과를 가져오게 하려는 목적을 갖는 행동을 말하는 것으로 이는 사람들에게 그 어떠한 보상도 기대하지 않고 타인들의 이익을 위해 순수 자발적으로 행동하는 경향을 띠고 있다. 끝으로 '정서적 목적'은 소통의 대상과 정서적으로 친밀감을 갖고 싶은 의도로 이모티콘들을 사용하는 것을 의미한다. 이와 같이 이모티콘들은 이제 사회적 소통 수단들 중 이미 한 가지의 수단으로서 자리를 잡고 있고 이제는 이를 표현하는 사람 즉 발신자

7) 張富妍. (2013) 앞의 글, p.155.

8) 차윤수·최혜림·오예림·장미경. (2012) 동·서양 이모티콘의 차이점 연구, 조형미디어학, 15권, 4호, 한국일러스트아트학회, pp.234-235.

9) Fischer, A. H., Manstead, A. S. R., Evers, C., Timmers, M. & Valk, G. Motives and norms underlying emotion regulation, In P. Philippot, & R. S. Feldman (Eds.), The regulation of emotion, New York: Lawrence Erlbaum Associates. (2004) 안원미, 김종완, 한광희, 전계서 재인용, p.12.

10) 노승관·위해숙. (2010) 인터넷 커뮤니케이션 환경에서 이모티콘 시각 표현에 대한 연구, 디지털영상학술지, 7권, 2호, 한국디지털영상학회, p.130.

의 의도를 담고 있는 사회적 메시지로도 정의할 수 있다. 이 외에 자기표현 동기 연구에서는 이모티콘들이 자신들의 정체성을 나타내는 방법으로서 사용된다고 보는 관점으로 특히 사용자에게 따라서는 이들 사용을 통해 단순한 감정 표현의 수준을 넘어 상황에 따라 감정이입까지도 이들을 활용하고 있다.<sup>11)</sup>

### 2.3. 인간의 신체 동작과 감정

이모티콘은 결국 인간의 신체행위의 도상물이다. 이는 반드시 닮아 있음을 전제로 하여 해석되는 기호들인 것이다. 인간의 몸 동작은 크게 얼굴 표정과 발걸음 그리고 손과 팔의 몸짓으로 구분된다. 이들 중 특히 얼굴 표정은 인간들의 의도를 파악하는데 가장 중요한 요소로서 눈과 귀, 입과 콧구멍은 감각적으로 인상을 표현하고 또한 이들은 대상을 바라보게 하는 머리의 움직임과 큰 연관이 있다. 그리고 척추, 팔과 다리는 관절을 통해 그 방향이 나누어지는데 결국 인간의 신체행위는 “머리와 팔 다리 등의 신체의 움직임과 얼굴의 표정, 근육의 긴장 또는 이완상태를 통해 발신자의 비언어적 메시지(nonverbal message)를 전달하는 중요한 의사소통인 것이다.”<sup>12)</sup> “동작학의 선각자인 Birdwhistel은 그의 연구에서 인간의 소통 행위 중 겨우 35%만이 언어로 이루어지고 나머지 55%는 비언어적 행위로 이루어진다고 발표 하였다. 이러한 연구는 S. W. Eakins & Eakins의 연구에서도 밝혀진 바가 있는데 그들은 인간의 의사소통에서 비언어적 수단에 의하여 이루어지는 행위가 언어적 전달에 의하여 이루어지는 경우보다도 무려 4.3배나 높다는 결과가 있었다.<sup>13)</sup>”

### 2.4. 정보의 전달 과정과 문제점

사회는 커뮤니케이션의 연속이며 이것은 말, 글, 손짓, 몸짓, 음악, 그림, 신호등, 경적 등의 다양한 수단을 통해 진행되고 있다. 그러나 결국 커뮤니케이션의 핵심이 되는 것은 정보<sup>14)</sup>

인데 실생활에서는 송신자의 의도가 수신자에게 대부분 정확히 전달되지는 않는다. 그래서 이러한 상황이 더 심해지면 송신자가 목표했던 의미작용이 수신자에게 일어나지 않게 되고 이때 커뮤니케이션은 실패한 것이 된다.<sup>15)</sup> 그래서 Weaver는 1949년 자신의 논문에서 커뮤니케이션은 정보전달의 정확성과 관련된 ‘기술적인 면’ 과 정보내용의 올바른 해석과 관련된 ‘어의적인 면’ 그리고 전달된 정보가 정보 입수자에게 미치는 영향과 관련된 ‘효과적인 면’ 이 세 가지 측면에서 고려되어야 한다<sup>16)</sup>고 주장했다. 이와 같이 정보전달과 그 의미의 생성은 당연한 수순이 아닌 다른 차원이라고도 볼 수 있으며 인간의 커뮤니케이션은 전달했다는 사실만으로 송신자의 의도가 수신자에게 정확히 생성되기를 기대할 순 없다. 그래서 사회에서는 수많은 ‘오해’가 발생하기도 한다.

### 2.5. 희로애락 의미 형성에 대한 이해

발신자와 송신자간의 소통에는 서로 간극이 있을 가능성이 크다. 원인은 기호학자 소쉬르가 주장한 기표와 기의가 결합할 때 발생하는 판단의 자의성 때문이다. 이모티콘은 기본적으로 도상기호와 상징기호로 구성되어 있으므로 이것의 이해를 위해서는 먼저 도상과 상징이 대상체와 어떤 연관성을 갖고 있는지 알아야 한다. 원래 도상(icon)은 그것이 표현하고 있는 대상체와 비슷하게 형상화 되어 있거나 비슷한 소리를 내거나 비슷한 이미지를 갖고 있는<sup>17)</sup> 기호를 말한다. 그러므로 우리가 이전에 이미 대상체를 알고 있었다면 그 도상을 보자마자 즉시 그 대상체를 연상하거나 인지할 수 있다. 왜냐하면 ‘유사성’에 기초하여 만들어진 하나의 기호이기 때문이다. 그러나 이에 반해 상징의 가장 대표적인 특성은 그것이 대상체를 지시하는 기호임에도 불구하고 정작 대상체와 직접적 연관성이 크지 않다는 점이다. 이는 위에서 언급한 자의성과 유사하다. 이에 본 연구대상인 이모티콘은 도상이 표출하는 대상체와 상징이 표출하는 대상체 간의 복합적인 작용에 의해

11) 이혜수. (2010) 로제카이의와 놀이이론 관점에서 본 시각놀이로서 이모티콘의 특성에 관한 연구, 조형미디어학, 13권, 4호, 한국일러스아트학회, p.216.

12) 徐夏錫. (2008) 의사소통을 위한 언어와 문화의 이해. 서울: 한빛문화, p.217.

13) 위의 책, p.213.

14) 정영미. (1979) Shannon의 정보이론과 문헌정보. 한국문헌정보학회. 한국문헌정보학회지 Vol.6., p.87.

15) 김경용. (2005) 기호학이란 무엇인가. 서울: 믿음사, p.131.

16) 정영미, 앞의 글, p.87.

17) 김경용. 앞의 책, p.41.

그 의미가 생성될 것으로 추측된다.

먼저 ‘희(喜: joy)’는 긍정, 낙관, 사랑과 같은 감정들이 내포되어 있다. 이 감정은 기대하던 일 또는 전혀 예상치 못했던 긍정의 사건 등이 현실화된 순간에 일어나는 감정이다. 일반적으로 삶에서 ‘로’와 ‘애’의 감정보다 덜 느끼며 산다.<sup>18)</sup> 원래 인간은 기쁨을 느끼면 입은 광대 부분의 근육에 영향을 받아 위쪽으로 올라가는데 이러한 과정은 자연스레 웃음으로 이어지며 이는 기쁨과 행복감을 나타내는 현상으로 기쁨 때가 대표적인 지표이다. ‘로(怒: anger)’는 ‘반갑지 않은 상황의 직면’, ‘어떤 일이 안 좋은 의도로 발생된 것처럼 보일 때’, ‘어떤 일이 자신의 가치와 상반될 때’, ‘자신이 화를 내면 어느 정도 통제가 가능하거나 회피할 수 있다고 판단될 때<sup>19)</sup>’ 표현되는 감정을 말한다. 특히 분노는 수신자에게 있어 어떤 문제로 인하여 큰 혼란을 겪게 되거나 정신적, 육체적, 또는 물질적인 위협에 처하게 되거나 모욕을 당했다고 판단될 때 발생하는 감정을 말하기도 한다. 또한 분노에 따른 충동은 보복 등을 통하여 우리의 예고가 입은 피해에 대처<sup>20)</sup>함으로써 타인의 위협에 대응할 내적 의지가 있음을 표출해 보이는 행동<sup>21)</sup>이다. 이러한 상황에 처하게 되면 생리학적으로 먼저 호흡이 가빠지고 심장 박동 수가 증가하며 혈압이 올라간다. 행동 관점에서 보면 온 몸의 근육이 긴장되고 특히 팔 근육의 긴장으로 인하여 때에 따라서 주먹을 불끈 쥐 행동을 보이기도 한다.<sup>22)</sup> ‘애(哀: sorrow)’의 공통된 유발 원인은 어떠한 일에 대한 상실감과 후회이다. 상실은 외면적인 것은 물론 내면적인 것도 포함되는데 구체적으로 자신의 소유 또는 그 간 함께 했던 대상과의 일시적 중단 또는 완전한 결별에서 발생하는 ‘절망’, ‘후회’, ‘실망’, ‘그리움’을 말한다. 이 외에도 이것은 주변 환경에 의해 요구되는 능력이나 조건에 의해서 발생하는 ‘기대’, ‘실망’, ‘부재’, 그리고 회피하고 싶은 사람이나

문제 또는 환경에서 발생하는 감정과 사회적 인정의 부재 또는 대상의 비소유로부터 발생하는 ‘소외’는 이 ‘애’를 유발시키거나 이와 관계가 깊은 감정들이다. 원래 개인의 슬픔은 그 슬픔이 직면하고 있는 그 대상에 대한 개인적 인식의 관계가 형성되지 않는다면 불가능하고 슬픔의 인식 관계는 기본적으로 믿음을 바탕으로 구성된다.<sup>23)</sup> 그러므로 슬픔의 감정은 어떠한 대상에 대한 믿음에서 비롯된다. 반대로 이러한 감정적 위치에 믿음의 반대항인 불신이 자리 잡게 된다면 슬픈 감정은 또 다른 감정으로 변화되거나 발생의 근거를 잃게 된다. 이때의 슬픔은 느낌 그 자체로 끝나지 않고 다양한 모습을 보이는데 이는 근본적으로 슬픔을 유발한 상황을 피할 수 있게 해주거나 자신의 슬픔이 가졌던 원인의 이유를 헤아릴 수 있도록 도와주거나 상황에 따라서는 제3자의 동정심을 유발하거나 외부의 공격성을 일시적으로 저지하는 효과를 주기도<sup>24)</sup>한다. 이 외에도 슬픔은 생물학적 부분을 둔화시킴으로써 대상들을 뒤로 물러서게 하고 느낌 상 속도를 느리게 하여 마치 세상이 천천히 돌아가는 듯<sup>25)</sup> 느끼게 한다. 이러한 현상은 우리 신체에 실제로도 얼굴이 축 늘어지고 눈썹은 일그러지며 위쪽으로 향해 결국 삼각형 모양이 되고 게다가 눈꺼풀은 꺼지고 아랫입술은 늘어져 삐죽 내밀어진 형상을 하게 된다. 이러한 표현은 결국 다른 사람들에게 이러한 표현의 주체자가 도움을 필요로 하고 있음을 알리는 신호가 된다. 잘 알려져 있듯이 슬픈 표정은 타인의 이해, 동정, 도움을 구하는데 상당히 효과적이다. ‘락(樂: pleasure)’의 특이한 점은 위에서 언급한 ‘기쁨’, ‘분노’, ‘슬픔’ 감정들에 비해 상대적으로 길게 지속되는 감정이라는 것이다. 이는 삶에서 결국 ‘희’와 이어지기도 하는 감정인데 통상적으로 감정의 전이 순서는 ‘희’에서 시작하여 ‘락’으로 이행 된다.<sup>26)</sup> 특히 ‘락’은 ‘희, 로, 애’와는 달리 사람들에게 명확하게 포착되지

18) 이견실. (2014) 희로애락 이모티콘의 의미생성 가능성 탐색, 일러스트레이션포럼 41호, p.28.  
19) 프랑수아 클로르 & 크리스토프 앙드레. (2008) 내 감정 사용법, (배영란 역), 서울: 위즈덤하우스, p.p.50-55.  
20) Richards S. Lazarus & Bernice N. Lazarus. (1997) 감정과 이성, (정영목 역), 서울: 문예출판사 (원서출판 1994), p.32.  
21) 이훈구, 앞의 책, p.42.  
22) 프랑수아 클로르 & 크리스토프 앙드레, 앞의 책, p.p.45-46.

23) 정대현. (2009) 슬픔: 또 하나의 실존 범주. 韓國哲學會. 哲學 Vol.100, p.57.  
24) 프랑수아 클로르 & 크리스토프 앙드레, 앞의 책, p.p.192-202.  
25) 조지보나노. (2010) 슬픔 뒤에 오는 것들 : 상실과 트라우마 그리고 슬픔의 심리학, (박경선 역), 서울 : 초록물고기, (원서출판 2010), p.70.  
26) 이견실, 앞의 글, p.29.

않고 격렬하지도 않은 감정이다. 그러므로 ‘희’와 ‘락’은 때로는 이어지고 감정이 발생하는 상황에 따라 각 시간대에 포착되는 감정을 말한다.

### 3. 희로애락(喜怒哀樂) 이모티콘 분석

분석은 영문 ‘marvel’과 한글 ‘마블’을 키워드로 카카오톡 이모티콘 샵에 검색한 결과 검색되는 순서대로 진행하였다. [그림2]~[그림5] 내부 중간에 진한 세로 선들은 검색된 이모티콘들의 경계를 구분한 것이다.

#### 3.1 ‘희(喜)’ 이모티콘 감정표현

[그림2]를 보면 전체 12개 중 홀로 있는 형상(희1~3, 희5~12)이 총 11개고 오직 1개인(희4)만이 도상적으로 타인들과 함께 기쁨을 나누고 있다. 이는 선행연구인 ‘카카오 이모티콘 프렌즈의 희’가 총 12개 중 9개가 타인과



[그림2] ‘희’의 다양한 표현들

의 기쁨을 나누는 것<sup>27)</sup>에 비해 큰 차이를 보였다. 상징기호의 사용면에서는 ‘로와 애’의 이모티콘들보다 많은 수의 기호들이 동원되긴 하였지만 선행연구들의 ‘희’가 사물의 도상과 상징기호들이 상당히 많은 수가 활용되어 복잡하게 표현된 것<sup>28)</sup>에 비해 이번 마블 연구대상들의 희는 많지 않은 기호들이 사용되었다. 두켄 박사는 대부분 인간이 기쁨을 느끼면 입은

27) 이견실, 앞의 글, p.30.

28) 이견실, 앞의 글, p.29.

광대뼈 근육에 의해 움직여져 양쪽 가장자리가 뒤로 젖혀지며 위쪽으로 올라간다고 주장<sup>29)</sup>했는데 그래서인지 얼굴 표정은 이번 연구의 다른 관점들에 비해 보다 적극적이다. 최대로 벌어진 입(희2~3, 희6~7, 희9~10), 커진 눈(희2~3, 희5~7, 희10), 질끈 감은 눈(희9) 등은 기쁨의 표현으로 이해된다. 이들 도상 외에 이모티콘 제작에 동원된 상징기호들은 ‘✱’, ‘★’, ‘”’ 형상들이 사용되었고 손의 형상으로는 주로 긍정적인 수신호들인 ‘👏’, ‘👍’, ‘👉’ 등을 사용하여 즉시 ‘자축’의 행위를 연상시키고 있었다.

#### 3.2 ‘로(怒)’ 이모티콘 감정표현

[그림3] ‘로’ 이모티콘들은 몇 개는 입을 벌리고 있으나 그 입 형상들이 한 쪽을 내리거나 올라간 비대칭의 형상을 (로3, 로6~7, 로9~10, 로12~13)가 하고 있어 ‘희’의 그것과는 차이가 있었다. 폴리처는 이 분노를 상대에 대한 공격성과 경멸이 합쳐진 감정이라 말하<sup>30)</sup>었는데 이러한 상황을 김이 빠지는 형상인 스팀 기호로 (로1, 로8~9, 로12~13)에서 표현되었고 아주 강력하게 불 기호를 사용한 이모



[그림3] ‘로’의 다양한 표현들

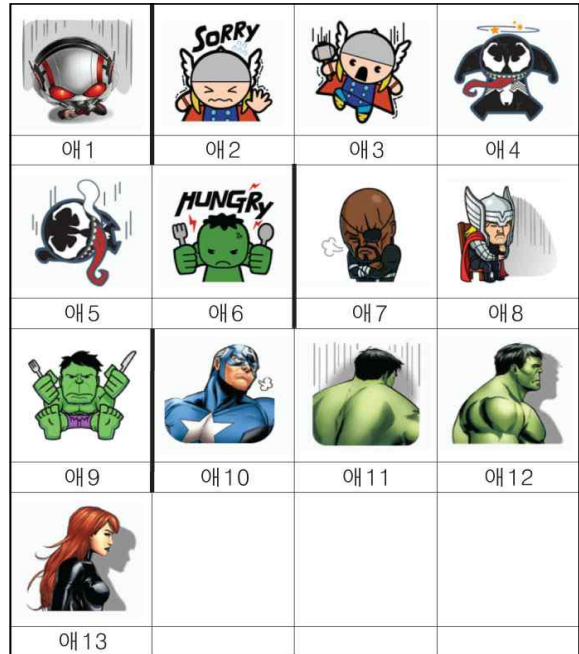
29) 찰스 다윈. (1998) 인간과 동물의 감정 표현에 대하여. (최원재 역). 서울: 서해문집. (원서출판 1890), p.185.

30) 이훈구, 앞의 책, p.42.

티콘 (로2, 로10, 로14)들도 있었다. 전반적으로 이번 ‘희로애락’의 이모티콘들 중에서 ‘로’가 가장 과장적으로 표현되었는데 동적인 신체 행위에 의한 것(로6~7, 로11)을 뺀 나머지가 모두 과장적인 행동이 아주 컸다. 행동 관점에서 보면 온 몸의 근육이 긴장되고 특히 팔 근육의 긴장으로 인하여 때에 따라서 주먹을 불끈 쥐는 형상을 보이기도 하는데<sup>31)</sup> 여기서도 동적인 형상들의 행위와 함께 ‘주먹을 불끈 쥐거나’, ‘상대방에게 손가락으로 강하게 지적하거나’, ‘발을 구르거나’, ‘엄지손가락을 아래로 향하게 하거나’ 하여 화가 난 상태의 의미를 생성시키고 있었다. 이러한 표현은 우리 일상 생활에서도 자주 볼 수 있다.

### 3.3 ‘애(哀) 이모티콘 감정표현

선행연구인 ‘카카오 이모티콘 프렌즈’의 ‘애’ 21개중 16개의 이모티콘이 다양한 눈물의 표현<sup>32)</sup>이 있는 것에 비해 [그림4] 마블사 이모티콘들은 눈물이 표현된 이모티콘은 단 한 개도 없었다. 그러나 원래 애는 타인의 동정심과 관심을 유발하거나 외부의 공격성을 일시적으로 누그러 뜨리는 효과를 주거나 타인의 슬픔에 공감하는 능력을 불러 일으키<sup>33)</sup>기도 하는데 그래서인지 여기서는 배경에 하강의 의미를 주는 기호인 ‘∥’ 선이 (애1, 애3, 애5, 애8, 애11)에 사용되었고 이모티콘 주변에 우울한 느낌을 주는 회색 그림자를 사용한 이모티콘이 (애1, 애8, 애11~13)에 사용되었다. 입모양이 물결 모양인 ‘ㄴ’ 형상을 한 게 (애2, 애9~10)였고 특이하게 (애4~5)는 입모양이 아니라 혀 모양을 물결처럼 형상화하였다. 특히 흥미로운 점은 (애9)의 헐크 이모티콘은 포크와 나이프를 손에 쥔 형상을 하고 입술 모음은 양꼬리가 아래로 처지게 하여 오히려 유모스롭게 ‘애’가 표현되었음을 알 수 있었다. ‘애’ 13개 중 10개가 인간은 슬픈 상태가 되면 “혈액 순환이 원활하지 않고 얼굴이 창백해지며 근육도 무기력해지는



[그림4] ‘애’의 다양한 표현들

데 이때 눈꺼풀이 아래로 처지고 얼굴은 폭속인 채 입술과 양 볼 그리고 아래턱은 그 무게를 견디지 못하는 듯 아래로 축 처진다<sup>34)</sup>”라는 찰스 다윈의 주장을 증명이라도 하듯 7개 (애1~2, 애4~9, 애11, 애13)의 이모티콘이 머리가 아래로 숙여져 있다. 특히 ‘희’, ‘락’에는 없는 반복된 세로선에 의한 표현이 무려 5개나 보여져 이들은 부정적 느낌의 감정표현을 상징하는 기호로 차용된 것으로 이해된다. 또한 ‘로’ 이모티콘들의 동작들은 마치 느리게 움직이거나 정지되어 있는 듯한 느낌을 줘서 ‘슬픔’이 세상을 느리게 만드는 심적 활동으로 이해된다.

### 3.4 ‘락(樂) 이모티콘 감정표현

[그림5]의 ‘락’은 총 9개 이모티콘이 있었는데 다른 연구대상 개수에 비해 상대적으로 그 수가 가장 적었다. 그러나 ‘희로애락’ 중 상대적으로 가장 많은 기호(‘♥’, ‘♦’, ‘☺’, ‘☹’, ‘☺’, ‘//’, ‘♪’)를 보조적으로 사용하였다. ‘락’은 한자어 풀이에 즐기다, 좋아하다의 의미를 갖고 있는데 국어사전에 ‘즐겁다’는 마음에 거슬림이 없이 흐뭇하고 기쁜 것을 가리킨다.<sup>35)</sup>라고 되

31) 프랑수아 롤로르 & 크리스토프 앙드레, 앞의 책, p.p.45~46.

32) 이견실, 앞의 글, p.30.

33) 프랑수아 롤로르 & 크리스토프 앙드레, 앞의 책, p.p.192~202.

34) 찰스 다윈, 앞의 글, p.163.

35)

<http://krdic.naver.com/search.nhn?dicQuery=%EC%A6%90%EA%B2%81%EB%8B%A4&query=%EC%A6%90%EA%B2%81>

어 있고 쓰인 예문을 보면 ‘즐거운 여행’, ‘나는 요즘 하루하루가 즐겁다.’가 있다. 특히 ‘락’은 자신의 기대이상일 때 생성되는 감정이고 특히 몸과 마음이 편안하거나 기분 좋은 상태가 지속되는 상황으로 ‘회’의 짧은 감정이 계속적으로 이어질 때 생기는 감정이라고 볼 수 있다.<sup>36)</sup> ‘락’의 감정이 발현될 때의 표정과 동작은 크게 두가지로 구분할 수 있는데 하나는



[그림5] ‘락’의 다양한 표현들

‘회’ 처럼 즉시 알아차릴 수 있는 확실한 표정의 변화와 강한 동작(락2~4, 락8)과 또 다른 하나는 얼굴의 홍조와 얼굴표정 그리고 동작의 변화가 약하거나 느려 은근한 경우(락1, 락5~7, 락9)이다. 표정으로는 눈이 둘 다 감은(락3~5, 락7) 표현과 한 쪽 눈만 감은 경우(락1, 락6)가 있었다. 이전 연구의 경우 ‘락’에서 운동도 혼자서 가능한 서핑, 노래하기, 스노우보딩 종목이 활용<sup>37)</sup>되었는데 마블사 이모티콘들은 그냥 단독 행동만을 표현하였다. 대부분의 표정은 눈이 감긴 듯 표현되었고 입꼬리는 대부분 올라가 있다. ‘락’은 특이하게도 이번 연구대상들 중 ‘마블 히어로즈 스페셜’에는 단 한 개도 그 대상이 존재하지 않았다.

#### 4. 결론

연구 결과를 정리하면 이들 마블 이모티콘의

의미생성의 단서는 첫 번째 신체 변화를 통한 표정(expression)과 동작(pose), 색(color) 그리고 두 번째는 행위(act)로 이번 연구 대상들 중 ‘회4’와 ‘로12’를 제외한 다수의 이모티콘들이 독자적으로 감정 표현을 전달하고 있었다. 이외에 다른 이모티콘들은 도상이 지시하는 대상체와 상징이 지시하는 것들 즉 각기 다른 두 가지 이상의 대상체들에 의해 표현하고자 하는 의미들이 생성되고 있었다. 그 원인은 이모티콘상에 있어서 인간의 감정 표현은 도상기호 그 자체만으로는 한계가 있고 이 도상기호들이 어떠한 상징기호와 접목되는가에 따라 그 의미가 다양하게 달라질 수 있기 때문이다. 연구 중 특이한 점은 ‘애’는 상대적으로 ‘회, 로, 락’에 비해 사용된 상징 기호가 적었고 ‘락’은 연구대상이 가장 적은 숫자였음에도 불구하고 상징기호는 가장 많았다. 그 원인은 ‘애’는 차분히 가라앉은 상황의 연출을 표현한 것이고 ‘락’은 즐거운 상태의 지속을 말함으로 그 상황을 보다 장황하고 화려하게 보이려는 의도로 해석된다.

‘회’와 ‘락’은 인간들이 삶에서 추구한다는 점에서 긍정적 감정 표현들이고 ‘로’와 ‘애’는 주로 피하고 싶은 감정 상황이라는 점에서 부정의 대상이라고 볼 수 있다. 상대적으로 ‘회’와 ‘로’가 빠른 반응과 보다 외적 지향의 감정 결과라면 ‘애’와 ‘락’은 상대적으로 더 느린 반응 또는 은폐 지향 감정임을 주지할 때 이모티콘에 사용된 다양한 상징기호들은 감정표현의 속도와 감정 깊이의 의미생성에 어느 정도 영향을 미치는 것으로 판단되었다.

마블사 이모티콘들의 이모티콘 시장 장악력은 영화시장의 파급력에 비해 2017년 12월 28일 현재까진 아주 미미하다. 이번 연구 결과 그 내용들도 적극적인 시장 조사 후에 만들어지지 않았음을 추측할 수 있었다. 심지어 ‘회4’는 기쁨 표현임에도 불구하고 전혀 어울리지 않는 연출인 썰룩거림을 형상화 하기도 하였다. 아마도 그들은 영화 시장 성공에 기댄 소극적인 이모티콘 제작 자세를 가지고 있었던 것 같다. 게다가 각 슈퍼히어로들의 특징이 너무 강하다 보니 표정이 잘 드러나지 않는 경우도 대부분이었다. 그러나 그중 ‘가вай 마블 히어로즈’는 나름 소비자들의 니즈를 고려한 이모티콘들의

%EB%8B%A4&target=krdic&ie=utf8&query\_utf=&isOnlyViewE E=&x=0&y=0)

36) 이견실, 앞의 글, p.32.

37) 이견실, 앞의 글, p.32.

모습을 볼 수 있었지만 ‘MARVEL Avengers’는 소비자의 기호를 전혀 고려하지 않고 자신만의 형상을 그대로 표현하였다. 심지어 다른 이모티콘들이 대부분 귀염성을 강조하기 위해 2~3등신을 사용한 반면에 여기서는 거의 실사 비율 그대로 사용하였다. 그리고 그들은 타 이모티콘들의 공통 특징인 과장도 거의 없고 대부분 감정 표현도 없다. 그저 자신들의 자세만 잡고 있는 형상을 하고 있었다.

## 참고문헌

- 김경용. (2005). 기호학이란 무엇인가, 서울: 믿음사
- 노승관, 위해숙. (2010). 인터넷 커뮤니케이션 환경에서 이모티콘 시각 표현에 대한 연구, 디지털영상학술지, 7권, 2호, 한국디지털영상학회
- 이견실. (2014). 희로애락 이모티콘의 의미생성 가능성 탐색, 일러스트레이션포럼 41호, 한국일러스트레이션학회
- 이종휘. (2012). 예지(禮志), 김영심·정재훈 역, 소명출판
- 이훈구. (2010). 감정심리학, 이너북스
- 이해수. (2016). 로제카이와의 놀이이론 관점에서 본 시각놀이로서 이모티콘의 특성에 관한 연구, 조형미디어학, 13권, 4호, 한국일러스트아트학회
- 정대현. (2009). 슬픔: 또 하나의 실존 범주, 哲學 Vol.100, 韓國哲學會
- 정영미. (1979). Shannon의 정보이론과 문헌정보, 한국 문헌정보학회지 Vol.6, 한국문헌정보학회
- 조홍식. (2007). 초등학교 교사의 직업적 삶에 대한 희로애락(喜怒哀樂)연구, 한국체육학회
- 조지보나노. (2010). 슬픔 뒤에 오는 것들 : 상실과 트라우마 그리고 슬픔의 심리학, 박경선 역, 서울 : 초록물고기
- 차윤수, 최혜림, 오예림, 장미경. (2012). 동·서양 이모티콘의 차이점 연구, 조형미디어학, 15권, 4호, 한국일러스트아트학회
- 찰스 다윈. (1998). 인간과 동물의 감정 표현에 대하여, 최원재 역, 서울: 서해문집, (원서출판 1890)
- 프랑수아 롤로르 & 크리스토프 앙드레. (2008). 내 감정 사용법, 배영란 역, 서울: 위즈덤하우스
- 張富妍. (2013). 신체부위 관련 감정표현양상에 관한 고찰, 日本語教育研究
- 徐夏錫. (2008). 의사소통을 위한 언어와 문화의 이해, 서울: 한빛문화
- Fischer, A. H., Manstead, A. S. R., Evers, C., Timmers, M. & Valk, G. (2004). Motives and norms underlying

emotion regulation, In P. Philippot, & R. S. Feldman (Eds.), The regulation of emotion, New York: Lawrence Erlbaum Associates.

- Pixiv(ピクシブ). (2013). 희로애락. Retrieved <http://dic.pixiv.net/a/%E5%96%9C%E6%80%92%E5%93%80%E6%A5%BD>
- Richards S. Lazarus & Bernice N. Lazarus. (1997). 감정과 이성, 정영목 역, 서울: 문예출판사
- [http://www.dt.co.kr/contents.html?article\\_no=2017073102100251043001&ref=naver](http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2017073102100251043001&ref=naver)
- [http://krdic.naver.com/search.nhn?dicQuery=%EC%A6%90%EA%B2%81%EB%8B%A4&query=%EC%A6%90%EA%B2%81%EB%8B%A4&target=krdic&ie=utf8&query\\_utf=&isOnlyViewEE=&x=0&y=0](http://krdic.naver.com/search.nhn?dicQuery=%EC%A6%90%EA%B2%81%EB%8B%A4&query=%EC%A6%90%EA%B2%81%EB%8B%A4&target=krdic&ie=utf8&query_utf=&isOnlyViewEE=&x=0&y=0)

