

인터넷상의 단군신화 다시 쓰기

권은초**

‘마늘 밭’을 중심으로*

초록 오프라인 세계와 마찬가지로, 인터넷상에도 민족주의는 남아 있다. 인터넷상의 민족주의 역시 서사를 통해 추동된다. 이러한 양상을 보여주는 사례로, 본 연구는 단군신화와 연관된 ‘마늘 밭’에 주목한다. ‘마늘 밭’은 한국인의 마늘 섭취에 관한 관념을 공유하며 만들어지고 변형·모방되며 유포되는 인터넷 밈을 말한다.

‘마늘 밈’은 마늘을 즐겨 먹는 속성을 한국인 정체성으로 간주한다. 특히 외국인과의 비교함으로써 한국인의 마늘 식성을 강조한다. 마늘을 싫어하는 한국인이나 마늘을 좋아하는 비(非)한국인이 있다는 사실은 비가시화된다. ‘마늘 밈’ 중 일부는 단군신화와 결합한다. 마늘을 즐겨 먹는 한국인 정체성을 「고기」(古記)형 단군신화로 설명하거나, 「고기」형 단군신화를 변형하고 새롭게 해석하기도 한다. 이러한 과정에서 현대 한국인과 곰, 「고기」형 단군신화의 웅녀가 동일시된다.

학교 교육에서 단군이 ‘민족의 시조’로 간주됨에 따라, ‘마늘 밈’의 한국인 정체성은 요구한 전통을 지녔다고 인식된다. 인터넷 밈의 특성상 단군신화의 여러 의미가 소거되고 마늘만 부각되면서, ‘마늘 밈’의 한국인 정체성이 학교 교육에 기반하여 형성된 역사는 지워진다. 그 대신, 한국인은 웅녀를 시조로 두어서 마늘을 잘 먹는다는 관념이 자연스럽게 받아들여진다. 이러한 측면에서 ‘마늘 밈’은 한국인 정체성을 자연화하는 신화라고 할 수 있다. 인터넷상에서 단군신화는 ‘마늘 밈’이라는 민족주의 신화로 다시 쓰이고 있다.

주제어 인터넷, 단군신화, ‘마늘 밈’, 민족주의, 한국인 정체성, 신화

* 이 논문은 서울대학교 인문학연구원이 지원한 집담회의 성과임.

** 서울대학교 국어국문학과 박사과정

1. 서론

오늘날 사회는 인터넷과 불가분한 관계를 맺고 있다. 인터넷만 있으면 멀리 떨어진 존재와도 손쉽게 연결될 수 있다. 이 때문에 인터넷이 국가와 국가, 민족과 민족 사이의 장벽을 허물고 있다는 인상을 받기도 한다. 하지만 실상은 그렇지 않다. 일찍이 마이클 빌리그(Michael Billig)는 민족주의가 신문을 통해 일상적, 무의식적으로 계양되는 양상을 밝힌 바 있다.¹ 빌리그는 아직 인터넷이 발달하지 않은 시기에 ‘일상적 민족주의’에 관한 논의를 펼쳤지만, 빌리그의 통찰은 인터넷이라는 새로운 매체에도 유효할 것이다.

실제로 한국의 사례만 보아도 인터넷상에 국가 및 민족의 경계가 건재하다는 증거를 발견할 수 있다. 관련 연구도 적지 않게 제출되었다. 동영상 UCC를 통해 전개된 민족주의 갈등에서 유튜브 콘텐츠에 나타난 민족주의에 이르기까지 그 주제도 다양하다.² 특히 코로나19가 유행하고 ‘K-방역’이 성공한 뒤, 한국에 대한 자긍심이 증폭하면서 인터넷상에서 민족주의 담

1 마이클 빌리그(2020), 유충현 역, 『일상적 국민주의』, 서울: 그린비, pp. 193-262 참고. 해당 책에서는 ‘nationalism’을 ‘국민주의’로, ‘nation’을 ‘국민’ 혹은 ‘국가’로 번역하였다. ‘민족’이라는 단어에 혈통적 뉘앙스가 강하다는 이유였다. 하지만 본 연구에서는 ‘nation’을 ‘민족’으로, ‘ethnic’을 ‘종족’으로 번역하는 학계의 경향을 따라 ‘nationalism’과 ‘nation’의 번역어로 각각 ‘민족주의’와 ‘민족’을 사용하고자 한다.

2 류석진·조희정(2008), 「온라인 공간의 민족주의적 갈등에 대한 연구: 게시판과 동영상 UCC를 중심으로」, 『사이버커뮤니케이션학보』 25(4), 사이버커뮤니케이션학회, pp. 83-119; 노영은·류용재(2020), 「유튜브 콘텐츠에 재현된 온라인 공간에서의 민족주의: ‘외국인 리액션’ 콘텐츠를 중심으로」, 『영상문화콘텐츠연구』 20, 동국대학교 영상문화콘텐츠연구원, pp. 7-38; 이세희(2021), 「왜 ‘우리’는 분노하는가?: 온라인 인종(차별)주의 담론 정치와 민족주의」, 『비교문화연구』 27(1), 서울대학교 비교문화연구소, pp. 299-355; 장휘·송경호(2021), 「코로나19와 한국 민족주의의 분화: ‘국뽕’ 유튜브의 사례를 중심으로」, 『시민과세계』 39, 참여연대 참여사회연구소, pp. 89-128; 이세희(2022), 「“국뽕코인”의 등장: 국민됨의 감정을 추동하는 유튜브 인트라스트럭치의 정치」, 서울대학교 대학원 석사학위논문.

론이 활발하게 유통되었다.³ 최근에는 인터넷상의 민족주의가 팬덤 문화와 결합하며 강력하게 작동하는 장면도 포착된다.⁴

이러한 상황에 잊지 말아야 할 점이 두 가지 있다. 하나는 인터넷상의 민족주의가 평지돌출한 현상이 아니라는 점이다. 인터넷상의 민족주의는 오프라인 세계에 이미 존재하던 자원을 바탕으로 인터넷이라는 새로운 형식을 만나 펼쳐진다.⁵ 오프라인 세계의 역사나 영토 문제와 결부된 ‘집단지역’이 인터넷상에서 민족주의를 형성한다는 지적이 이미 있었으며,⁶ 그 외에도 오프라인 세계에 존재하는 다양한 요소가 인터넷상의 민족주의로 이어질 수 있다. 위에서 소개한 사례들 역시 오프라인 세계의 민족주의와 무관하지 않다.

다른 한 가지 중요한 사항은 서사가 민족주의를 추동한다는 점이다. 민족이 “상상된 공동체”임을 피력한 베네딕트 앤더슨(Benedict Anderson)은 정체성의 서사를 중요시하였다. 단절되어 잊힌 과거의 존재와 현재의 ‘우리’

-
- 3 송은영(2020), 「재난 민족주의: ‘국뽕’과 코로나 시대 한국 민족주의의 질적 전환」, 『문화과학』 103, 문화과학사, p. 125; 장휘·송경호(2021), p. 91.
 - 4 신정원·오예주·홍석경(2022), 「여성 주체와 온라인 민족주의: <조선구마사> 방송 중단 운동을 중심으로」, 『인문정보연구』 59(3), 서울대학교 인문정보연구소, pp. 220-230; 양다솔(2022), 「이스포츠(e-Sport) 세계에서의 내셔널리즘 특성」, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, pp. 69-72; 이지행(2023), 「팬덤 실천을 통한 초국적 기억정치에의 개입과 정동의 작동: ‘BTS 원복 티셔츠 논란’을 중심으로」, 『인문콘텐츠』 69, 인문콘텐츠학회, pp. 228-234; 정예림(2023), 「여성 청소년의 초국가적 온라인 팬덤에 나타나는 민족주의에 대한 이해」, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
 - 5 조영환(2014), 「미디어, 셀러브리티 그리고 온라인 민족주의: 2012년 런던 올림픽 중 박태환-쑤양 담론을 중심으로」, 『커뮤니케이션 이론』 10(2), 한국언론학회, p. 204; Sabina Mihelj and César Jiménez-Martínez (2021), “Digital Nationalism: Understanding the role of digital media in the rise of ‘new’ nationalism”, *Nations and Nationalism* 27(2), the Association for the Study of Ethnicity and Nationalism, pp. 331-346.
 - 6 류석진·조희정·박설아(2013), 「온라인 신민족주의의 정치화 가능성: 한·중·일 온라인 갈등 유형과 확산 사례를 중심으로」, 『한국정치연구』 22(3), 서울대학교 한국정치연구소, p. 182; 김두진(2021), 「‘기억의 과일’과 동아시아 온라인 공간의 민족주의: 한중간 탈경계 언술(narratives)의 감정 레짐」, 『국제정치연구』 24(1), 동아시아국제정치학회, p. 4.

를 동일한 민족으로 여기려면 서사가 필요하다는 것이다.⁷ 앤더슨의 주장을 상기해 보면, 인터넷상에서도 과거의 존재와 동일한 민족으로서 한국인 정체성을 형성해 내는 서사에 주목해야 함을 알 수 있다.

두 가지 문제가 만나는 지점에 단군신화가 있다. 단군신화는 과거부터 오프라인 세계에서 국가구성원 혹은 민족의 정체성을 형성하는 데 큰 역할을 하는 서사였다.⁸ 현재 인터넷상에서도 단군신화가 새롭게 변형되며 유통되고 있다. 물론 인터넷상에서 단군신화는 재미를 위해 활용되는 경우가 많고, 민족주의적 의도가 명시되는 일은 드물다.⁹ 하지만 개인이 단순히 흥미를 추구하며 단군신화를 소환한다 하더라도, 개개인의 움직임이 합쳐지면 오프라인 세계에서부터 이어져 온 민족주의의 흐름에 일조할 수 있다.¹⁰ 이러한 양상이 엿보이는 대표적인 사례가 바로 ‘마늘 밭’이다.

‘밈’(meme)은 리처드 도킨스(Richard Dawkins)가 처음 제시한 개념이다. 도킨스는 ‘유전자’(gene)처럼 스스로 복제하는 “문화 전달의 단위 또는 **모방**의 단위”를 ‘밈’(meme)이라고 명명하였다.¹¹ 도킨스의 제안 이후, 인터넷이

7 베네딕트 앤더슨(2018), 서지원 역, 『상상된 공동체: 민족주의의 기원과 보급에 대한 고찰』, 서울: 길, pp. 301-304.

8 이 문제를 다룬 단군신화 연구가 많지만, 최근 사례를 들자면 이승호(2016), 「단군: 역사와 신화, 그리고 민족」, 『역사비평』 117, 역사비평사, pp. 238-245; 박성혜(2021), 「근대 계몽기 단군 이야기의 양상과 의미 연구」, 서울대학교 대학원 박사학위논문, pp. 220-230 이 있다.

9 단군신화가 흥미 위주로 활용된다고 본 연구 사례로 박성혜(2023), 「웹툰의 단군 신화 활용 양상과 그 의미: 웹툰 <바로잡는 순애보>와 <호시탐탐>을 중심으로」, 『문화와융합』 45(2), 한국문화융합학회, pp. 82-84를 들 수 있다.

10 ‘디바 출정’에서도 민족주의가 유희적인 방식으로 마치 게임처럼 실천되었음을 기억할 필요가 있다. ‘디바 출정’은 중국 네티즌이 인터넷에서 민족주의를 표출한 상징적인 사건이다. 왕저(2022), 김태연·이현정·홍주연 역, 「“오늘 밤 우리는 모두 디바 멤버들이다”: 온라인상에서의 감상적이고 유희적인 행동으로서의 사이버 민족주의」, 『아이돌이 된 국가』(류하이롱 편), 서울: 갈무리, p. 155 참조.

11 리처드 도킨스(2010), 홍영남·이상임 역, 『이기적 유전자』, 전면개정판, 서울: 을유문화사, pp. 322-323.

발달하면서 밈이 대규모로 정확하게 확산하고 디지털 보관소에 오랫동안 저장되기 좋은 환경이 마련되었다.¹² 도킨스의 정의만으로 밈을 충분히 설명하기 어려워진 것이다. 이에 따라 리모르 시프만(Limor Shifman)은 “콘텐츠, 형식 그리고/또는 입장을 공유”하며, “서로의 존재를 의식하면서 만들어졌”으며, “널리 유포되고, 모방되고, 그리고/또는 인터넷을 통해 다수의 사용자들이 변형할 수 있”는 “디지털 아이템들의 집합체”라고 새롭게 정의하였다.¹³

본 연구는 시프만의 정의를 활용하여 ‘마늘 밈’을 정의하고자 한다. 즉, ‘마늘 밈’은 마늘에 관련된 “디지털 아이템들의 집합체”를 폭넓게 가리킨다. 구체적으로는 한국인의 마늘 섭취에 관한 관념을 공유하며 만들어지고 변형·모방되며 유포되는 인터넷 밈을 말한다. ‘마늘 밈’ 중 일부는 단군신화를 언급한다. 모든 ‘마늘 밈’이 단군신화를 명시하지는 않지만, 단군신화를 명시하지 않는 ‘마늘 밈’ 역시 단군신화를 명시하는 ‘마늘 밈’을 의식하며 만들어졌을 가능성이 높다. 따라서 단군신화를 명시하는 ‘마늘 밈’과 명시하지 않는 ‘마늘 밈’을 모두 아울러, ‘마늘 밈’을 통해 단군신화가 다시 쓰이고 ‘일상적 민족주의’가 펼쳐지는 양상을 살펴보고자 한다.

2. 연구 대상

‘마늘 밈’이 유통되는 사이트나 커뮤니티는 많지만, 본 연구에서는 SNS인 엑스(X, 구 트위터)에서 유통되는 ‘마늘 밈’을 연구 대상으로 삼았다.¹⁴ 엑스는 수많은 밈이 생성되고 확산하는 장이다. 엑스에서 발생한 밈이 다른 커뮤니티로 확산하거나 다른 커뮤니티의 밈이 엑스로 확산하는 일이 많으므로, 엑스만 대상으로 해도 ‘마늘 밈’의 유통 양상을 파악하는 데 큰 무리

12 리모르 시프만(2022), 최은창 역, 『디지털 문화의 전파자 밈』, 파주: 한울엠플러스, p. 38.

13 리모르 시프만(2022), p. 65.

14 엑스, 2024.08.29. & 2024.09.07. <https://x.com>.

가 없을 것이다. 또한, 엑스 게시물의 ‘좋아요’ 수나 ‘리트윗’(retweet)¹⁵ 수를 통해 해당 밈의 인기를 확인할 수 있다는 장점도 있다.

엑스의 ‘마늘 밈’을 수집하기 위해서는 엑스의 검색 기능을 활용하였다. 웹 크롤링을 활용하면 수많은 게시물의 텍스트를 한눈에 파악할 수 있겠으나 난점이 있다. 엑스의 많은 밈은 텍스트와 사진 혹은 영상이 결합된 형태로 유통된다. 웹 크롤링으로 다량의 텍스트를 수집하기는 용이하지만, 사진과 영상을 한눈에 파악하기는 쉽지 않다. 따라서 검색을 통해 텍스트와 사진, 영상을 한꺼번에 검토하면서 연구 대상을 선별하였다.

다만 엑스에서는 검색어와 검색 시기 등에 따라 검색 결과가 다르게 나온다. 이에 여러 차례에 걸쳐 복수의 검색어로 검색을 시도하였다. 2024년 8월 29일에는 ‘마늘 min_retweets:1000’이라는 검색어로 검색하였으며, 2024년 9월 7일에는 ‘마늘 한국 min_retweets:1000’과 ‘마늘 한국인 min_retweets:1000’이라는 검색어로 검색하였다.¹⁶ 검색 결과창에서 ‘인기’, ‘최신’, ‘미디어’ 탭을 확인하였다. 검색 결과 중 ‘마늘 밈’을 포함한 게시물과 해당 게시물의 답글, 해당 게시물을 리트윗한 글 및 해당 게시물이 리트윗한 글을 모두 살펴보았다. ‘너 마늘’과 ‘너만을’의 발음이 같다는 점을 활용한 언어유희, 동물이나 계정의 이름이 ‘마늘’인 경우, 단순 조리법 등은 연구 대상에 포함하지 않았다.

엑스를 비롯한 SNS의 자료를 대상으로 하는 연구의 연구 윤리는 아직 확립되지 않았다. 만약 엑스에서 오가는 대화가 오롯이 공적인 대화라면, 엑스 이용자에게 명시적인 동의를 받지 않아도 괜찮을 것이다. 하지만 최근

15 ‘리트윗’은 한국어로 ‘재게시’라고도 한다. 엑스 이용자는 다른 엑스 이용자의 게시물을 그대로 인용하여 자신의 계정에 재게시할 수 있다. 재게시할 때 다른 엑스 이용자의 게시물에 변형을 가하지는 못하지만, 텍스트나 사진, 영상 등을 덧붙여 자신의 의견을 포함할 수 있다.

16 ‘min_retweets:1000’은 ‘리트윗’ 수가 최소 1,000회인 게시물만 검색한다는 뜻이다. 대규모로 유통되며 많은 이용자에 의해 변형된다는 인터넷 밈의 정의를 고려하여, 1,000회 이상이라는 제한을 두었다.

연구에 따르면, 엑스가 공적 공간인지 사적 공간인지는 모호하다. 엑스 이용자 대다수는 자신의 글이 연구 목적으로 활용될 수 있다는 점을 고려하지 않는다. 만일 연구에 활용된다면 미리 동의가 필요하며 익명 처리되어야 한다고 생각하는 이용자가 많다.¹⁷ 이에 따라 엑스의 게시물을 직접 인용하는 연구는 이용자의 동의를 받도록 권고된다. 인용된 내용을 통해 게시물을 검색할 수 있으므로 완전한 익명성을 보장받지 못한다는 사실도 이용자에게 고지해야 한다.¹⁸

이러한 기준에 의거하여 본 연구 역시 직접 인용되는 게시물의 작성자에게 동의를 구하였다. 다만 인터넷 밈을 게시하는 용도로 만들어진 계정은 사적 공간보다 공적 공간에 가깝다고 보아, 동의를 구하지 않고 직접 인용하였다. 또한, 타인이 메시지를 보내지 못하도록 설정해 놓는 등의 이유로 동의를 구하기 어려운 이용자가 있었다. 이러한 경우에는 직접 인용을 피하고 요약·정리한 내용만 제시하였다. 직접 인용한 게시물과 요약·정리한 게시물 모두에서 이용자는 익명으로 처리하였다.

3. ‘마늘 밈’ 속 한국인 정체성

‘마늘 밈’에서 단군신화를 다루는 양상을 살피기에 앞서, ‘마늘 밈’이 한국인의 범주를 어떻게 설정하는지 확인할 필요가 있다. 다시 말해 ‘마늘 밈’에서 마늘에 관한 어떤 속성을 한국인 정체성으로 표상하는지 알아야 한다. 이때 단연 드러나는 속성은 마늘을 즐겨 먹는다는 것이다.

17 Matthew L. Williams, Pete Burnap, and Luke Sloan (2017), "Towards an Ethical Framework for Publishing Twitter Data in Social Research: Taking into Account User's Views, Online Context and Algorithmic Estimation", *Sociology* 51(6), British Sociological Association, p. 1159.

18 Matthew L. Williams, Pete Burnap, and Luke Sloan (2017), p. 1161.

자료 번호	텍스트 내용	비고	‘리트윗’ 수	‘좋아요’ 수
<자료 1> ¹⁹	한국인은 김치를 만들 때도 마늘을 많이 넣는데 김치찌개를 만들 때 또 마늘을 많이 넣음.	유명 요식업자가 김치찌개를 만들며 간 마늘을 그릇째 넣는 영상이 첨부됨.	3.9천	1.9천
<자료 2> ²⁰	한국인이 느끼기에 마늘 맛만 살짝 날 만큼 적은 마늘 양	유명 연예인이 마늘을 좋아하지 않는다면 요리에 마늘을 종지째 넣는 영상이 첨부됨.	4.8천	3천

가령 <자료 1>과 <자료 2>는 한국인이 마늘을 즐겨 먹는다는 인식을 뚜렷이 보여준다. 두 자료는 요리하는 유명인의 영상에 텍스트가 덧붙은 형태로 되어 있다. 두 자료의 영상에서 유명인은 상당한 양의 마늘을 넣는다. 그들은 자신이 한국인이어서 마늘을 많이 넣는다고 말하지 않는다. 하지만 게시물을 올린 이용자는 유명인을 ‘한국인’으로 명명한다. <자료 1>에서는 한국인이 김치찌개에 마늘을 많이 넣는다는 점을 언급한다. <자료 2>에서는 한국인이 적다고 생각하는 마늘 양도 여전히 적지 않다는 점을 강조한다. 특정 유명인이 마늘을 많이 넣었다고 설명하는 대신, 한국인이 마늘을 많이 넣는다는 설명을 추가한 것이다. 그 과정에서 한국인이라는 집단은 마늘을 즐겨 먹는 사람들로 상정된다.

일반적으로 ‘우리’를 효과적으로 구성하려면 ‘우리’와 구별되는 ‘그들’이 필요하다. ‘마늘 밭’에서도 ‘그들’을 상정함으로써 한국인 정체성을 강화하는 양상이 발견된다. ‘마늘 밭’에서 ‘그들’은 ‘외국인’이라고 불린다.

예를 들어 <자료 3>에는 마늘 장조림 사진과 함께 외국인과 한국인의 상반된 반응을 담은 텍스트가 적혀 있다. 외국인은 마늘 장조림을 보고 “마늘을 간장에 절인다고요? 이걸 놀랍네요.”라며 놀라워하는 반응을 보인다.

19 2024.08.29. 검색, 검색어: 마늘 min_retweets:1000.

20 2024.08.29. 검색, 검색어: 마늘 min_retweets:1000.

<자료 3>²¹

곧이어 마늘 장조림을 어떤 요리에 쓰는지 질문한다. 마늘 장조림만 단독으로 먹을 리 없다고 생각한 까닭이다. 하지만 한국인은 “그냥 먹는 건데요.”라고 답한다. 한국인은 마늘 장조림을 다른 요리의 재료로 쓰지 않고 그냥 먹을 만큼 마늘을 많이 먹는다는 뜻이다. 한국인은 외국인이 상상하지도 못할 정도로 마늘을 즐겨 먹는다는 인식이 이 문답에 여실히 드러난다.

‘마늘 밭’의 ‘그들’은 <자료 3>에서처럼 단순히 외국인으로 제시되기도 하고, 조금 더 구체화되기도 한다. ‘그들’이 특정 국적 혹은 민족성을 지닌 외국인으로서 등장하는 것이다. 가령 많은 ‘마늘 밭’에서 한국인은 서양인과 대비된다. 마늘이 들어가는 서양의 요리도 한국 요리에 비하면 아무것도 아니라는 내용의 논의가 다수 발견된다. 이탈리아의 알리오 올리오나 스페인의 감바스 알 아히요 같은 요리가 주요 비교 대상이 된다. 두 요리 모두 이름에 마늘이 들어가는데,²² 한국인의 관점에서 보면 두 요리에 들어가는 마늘이 너무 적다는 식이다.

<자료 4> 역시 서양인과 한국인을 비교한 게시물이다. 구체적으로는 한

21 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘 한국인 min_retweets:1000.

22 ‘알리오’(aglio)와 ‘감바스’(gambas)가 마늘을 뜻한다.



국과 “영미권”을 대조하였다. <자료 4>에는 “영미권” 사람이 요리하는 영상의 스크린샷에 텍스트가 부가되어 있다. 스크린샷에는 검은 프라이팬에 버터가 한 토막 올라간 장면이 찍혀 있다. 이에 대해 “some butter”(버터 약간)를 검은 무쇠 프라이팬에 올리라는 자막이 달렸다. 스크린샷 밑에는 “Some butter”라는 표현이 커다란 글씨로 쓰여 있다. 프라이팬 위에 많은 양의 버터가 올라가 있지만, 요리하는 사람은 버터가 “약간”만 있다고 여긴다는 사실을 강조하는 것이다.

<자료 4>를 게시한 이용자는 “한국에 ‘마늘 약간’이 있다면 영미권에는 ‘some butter’가 있다”라고 부연한다. 한국인이 많은 양의 마늘을 보고 마늘이 조금 있다고 여기듯이 영미권 사람들은 많은 양의 버터를 보고 버터가 조금 있다고 여긴다는 의미이다. 스크린샷에는 마늘이 전혀 언급되지 않으나 이용자는 당연하다는 듯이 마늘을 거론한다. 이는 한국인이 마늘을 많이 먹으며, 한국인이 많이 먹는 음식은 마늘이라는 인식이 강력하게 자리 잡았

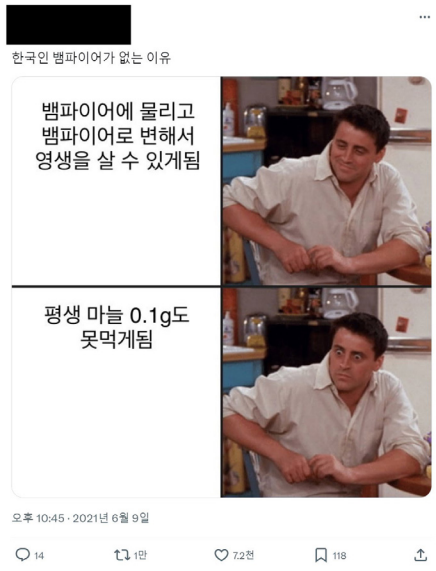
www.kci.go.kr

23 검색된 게시물이 리트윗한 게시물. 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘 min_retweets:1000.

음을 암시한다. 영미권의 버터가 이러한 인식을 보여주기에 효과적인 수단이라고 할 수도 있다.²⁵

한국인과 외국인을 구분하는 ‘마늘 밭’은 특정한 서사를 구성해 내기도 한다. 특히 뱀파이어에 관한 서사가 많다. 뱀파이어는 마늘을 기피한다고 알려진 서양의 존재이다. 마늘을 즐겨 먹는 속성과는 정반대되는 속성을 지닌 만큼, 한국인의 정체성을 부각하는 데에 쉽게 동원될 수 있다.

<자료 5>에는 이미지 매크로²⁶와 함께 텍스트가 덧붙여 있다. 이미지



<자료 5>²⁴

24 검색된 게시물이 리트윗한 게시물. 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘 한국인 min_retweets:1000.

25 영미권의 버터를 통해 마늘을 많이 먹는 한국인 정체성을 드러내는 현상은 일본에서 일본의 쌀과 서양의 고기를 구별함으로써 일본인 정체성을 형성해 나가는 과정과도 견주어 볼 만하다. 오누키 에미코(2001), 박동성 역, 『쌀의 인류학: 일본인의 자기 인식』, 서울: 소화, pp. 197-203 참조.

26 이미지 매크로는 “사진 위에 텍스트를 덮어씌우는 일반적 형식”을 말한다. 리모르 시프만(2022), p. 145

매크로에는 미국 시트콤 <프렌즈>(Friends)의 등장인물 조이(Joey)의 사진이 있다. 조이는 위의 사진에서는 미소를 짓지만, 아래 사진에서는 두 눈이 휘둥그레진 표정을 짓는다. 위의 사진 옆에는 “뱀파이어에 물리고 뱀파이어로 변해서 영생을 살 수 있게됨”이라 쓰여 있다. 반면에 아래 사진 옆에는 “평생 마늘 0.1g도 못먹게됨”이라 쓰여 있다. 뱀파이어로서 영생하는 일에는 흡족함을 느끼지만, 마늘을 전혀 먹지 못한다는 사실은 받아들일 수 없다는 뜻이다. 이러한 내용의 이미지 매크로에 “한국인 뱀파이어가 없는 이유”라는 글이 결합하면서, 한국인은 마늘을 먹어야 하므로 뱀파이어가 될 수 없다는 메시지가 만들어진다.

<자료 5>에 대해 엑스 이용자들은 또 다른 이야기를 만들어낸다. <자료 5>를 리트윗한 게시물들은 한국인이 뱀파이어가 되면 어떤 일이 벌어질지 상상의 나래를 펼친다. 예를 들어 뱀파이어는 원래 후각이 발달해서 마늘 냄새를 싫어할 뿐, 마늘을 먹는다고 죽지는 않으므로 한국인 뱀파이어는 마늘을 먹을 수 있으리라고 추측한다. 리트윗이 활발하게 이루어지는 엑스의 환경에서 이러한 논의는 빠르게 형성되고 확산해 나간다. 이를 통해 한국인은 서양인과 달리 마늘을 좋아한다는 인식이 드러나며, 또 강화된다.

요컨대 ‘마늘 밭’에서 한국인은 마늘을 좋아하고 많이 먹는 집단으로 그려진다. 문제는 모든 한국인이 마늘을 좋아하고 모든 비(非)한국인이 마늘을 싫어하지는 않는다는 점이다. 실제로는 마늘을 싫어하는 한국인도 있고, 마늘을 즐겨 먹는 비(非)한국인도 있다. 엑스의 이용자 중에도 이를 인지하고 언급하는 사례가 발견된다. 1,000회 이상 리트윗된 게시물을 검색할 때는 ‘마늘 밭’에 반감을 표하는 게시물을 찾아보기 힘들지만, ‘리트윗’ 횟수에 제한을 두지 않고 “마늘밭”이나 “마늘 국뽕”²⁷이라고 검색하면 몇몇 게시물을 확인할 수 있다.

27 ‘국뽕’은 ‘국가’와 ‘히로뽕’(필로폰)을 합친 신조어이다. 마치 마약에 취하듯이 국가에 취한 상태를 가리킨다. 민족주의를 다르게 표현한 말이라고 할 수 있다.

자료 번호	텍스트 내용	비고	‘리트윗’ 수	‘좋아요’ 수
〈자료 6〉 ²⁸	최근까지 마늘이 많이 들어간 음식을 먹으면 마늘 맛을 바로 알아채고 싫어했음. 그래서 ‘마늘 밭’을 별로 좋아하지 않음.		0	2
〈자료 7〉 ²⁹	1인당 마늘 소비량을 찾아보니 사실 중국에서 마늘 소비가 더 많았음. 중국의 마늘 소비량이 한국의 두 배에 달하는데, 중국을 빼고 그래프를 그려 놓고는 ‘국뽕’을 뺀고 있었음.	중국의 1인당 마늘 소비량이 세계에서 가장 많다는 자료의 스크린샷 2장, 한국의 1인당 마늘 소비량을 월등히 높게 표시한 그래프의 스크린샷 2장이 첨부됨.	671	80

〈자료 6〉과 〈자료 7〉은 ‘마늘 밭’에 반감을 표하는 게시물의 예시이다. 〈자료 6〉의 이용자는 한국인이지만 최근까지 마늘을 싫어하였다고 말한다. 〈자료 7〉의 이용자는 한국인보다 마늘을 즐겨 먹는 민족이 존재한다고 주장한다. 이러한 게시물을 고려하건대, 한국인이 마늘을 좋아하고 많이 먹는 민족이라고 단정할 수는 없다. 하지만 마늘을 좋아하는 한국인 정체성에 이의를 제기하는 게시물은 밈으로서 널리 유포되지 않는다. 〈자료 6〉의 ‘리트윗’ 수는 0회, ‘좋아요’ 수는 2회이며 〈자료 7〉의 ‘리트윗’ 수는 671회, ‘좋아요’ 수는 80회로 현저히 낮다. 한국인이 마늘을 많이 먹는다는 ‘마늘 밭’의 인식은 과대대표되고 여타 입장은 과소대표되고 있는 것이다. ‘마늘 밭’이 여러 예외를 비가시화한 채 유통되는 원동력이 무엇인지 의문이 생길 수밖에 없다. 그 해답을 4장에서 찾아보고자 한다.

28 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘밈.

29 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘 국뽕.

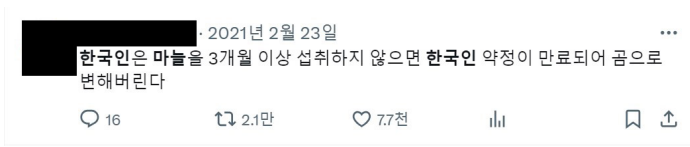
4. ‘마늘 밭’과 단군신화의 결합

‘마늘 밭’은 마늘을 즐겨 먹는 속성이 곧 한국인 정체성이라고 상정한다. 이를 바탕으로, ‘마늘 밭’은 한국인이 마늘을 즐겨 먹는 이유를 설명하려고 시도하기도 한다. 설명 방법은 다양할 수 있지만, 단군신화를 동원하는 방법이 가장 두드러지게 나타난다. ‘마늘 밭’과 단군신화가 결합하면서, 단군신화는 한국인의 마늘 식성을 설명할 뿐만 아니라 ‘마늘 밭’을 정당화하는 데에도 기여한다.

〈자료 8〉은 “한국인이 마늘에 미친 이유”라는 텍스트와 함께 유튜브 스크린샷을 제시한다. 유튜브 스크린샷의 썸네일에는 마늘로 만든 ‘마늘’이라는 글자 옆에 “에 미친 민족”이라는 글자가 쓰여 있다. 이에 대해 “조상 자체가 마늘때문에 인간이 됐는데ㅋㅋㅋ”라고 말하는 댓글이 달려 있다. 스크린샷 속 댓글이 말하는 “조상”은 『삼국유사』에 전하는 「고기」(古記)형 단군신화의 웅녀를 가리킨다. 한국인의 조상은 웅녀이고, 웅녀가 마늘을 먹고



〈자료 8〉³⁰



<자료 9>³¹

인간이 되었으므로 웅녀의 후손인 한국인이 마늘에 열광한다고 설명하는 것이다.

<자료 8>은 한국인이 마늘을 좋아하는 이유를 설명하는 데에 단군신화를 활용하는 사례이다. 이를 넘어, 한국인이 마늘을 좋아한다는 명제를 통해 단군신화를 변형하는 ‘마늘 밭’도 자주 발견된다.

<자료 9>는 단군신화를 변형하는 ‘마늘 밭’의 시발점이라고 할 수 있는 게시물이다. <자료 9>는 “한국인은 마늘을 3개월 이상 섭취하지 않으면 한국인 약정이 만료되어 곰으로 변해버린다”라는 단 한 문장으로 이루어져 있다. 이 문장은 「고기」형 단군신화의 내용에 기반을 둔다. 웅녀를 한국인의 조상으로 상정하던 <자료 8>에서 더 나아가, 웅녀와 한국인이 동일한 신체 조건을 지녔다고 상상하고 있다.

자세히 뜯어보면 <자료 9>는 「고기」형 단군신화의 내용을 그대로 가져오지 않았다. 「고기」형 단군신화에서는 환웅이 곰과 호랑이에게 100일 동안 썩과 마늘을 먹으며 햇빛을 보지 말라고 주문한다. 호랑이는 금기를 지키지 못해 인간이 되지 못하지만, 곰은 금기를 지켜서 21일 만에 여자가 된다.³² 곰이 부여받은 과제는 “100일 동안 마늘을 먹는다 → 곰이 인간이 된다”(명제 A)라는 명제로 정리할 수 있다. <자료 9>에 담긴 명제는 “3개월 동

31 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘 한국인 min_retweets:1000.

32 時有一熊一虎同穴而居，常祈，于神雄願化爲人。時神遺靈艾一炷蒜二十枚曰，‘爾輩食之不見日光百日，便得人形。’熊虎得而食之忌三七日熊得女身，虎不能忌而不得人身。(『삼국유사』 「기이」편. 「환웅이 천하에 자주 뜻을 두어 인간세상을 구하고자 하다. 한국사테이티브이스, 국사편찬위원회, 2024.10.09. https://db.history.go.kr/ancient/level.do?levelId=sy_001_0020_0020_0020)

안 마늘을 먹지 않는다 → 인간이 꿈이 된다”(명제 B)이다.³³ 명제 A와 명제 B는 다르다. 명제 A가 ‘ $p \rightarrow q$ ’의 형식을 띠는 조건명제라면 명제 B는 ‘ $\sim p \rightarrow r$ ’의 형식을 띠는 조건명제이다. ‘ $p \rightarrow q$ ’에서 ‘ $\sim p \rightarrow r$ ’을 곧바로 도출할 수는 없다. ‘r’에 해당하는 “인간이 꿈이 된다”라는 명제는 <자료 9>에서 새롭게 추가된 요소이다.

<자료 9>는 ‘리트윗’ 2만 1천 회, ‘좋아요’ 7천 7백 회를 받았다. “3개월 동안 마늘을 먹지 않는다 → 인간이 꿈이 된다”라는 새로운 명제가 큰 인기를 끌었다고 할 수 있다. 이 새로운 명제는 단 한 문장으로 표현되어, 또 다른 상상력이 개입할 만한 틈이 많다. 공백이 있어 다양한 방식으로 각색될 여지가 많은 밈은 인터넷 환경에서 쉽게 확산한다.³⁴ <자료 9> 역시 “한국인 약정” 및 그와 유사한 용어를 거론하는 수많은 파생작을 낳았다.

자료 번호	텍스트 내용	비고	‘리트윗’ 수	‘좋아요’ 수
<자료 10> ³⁵	지리산에 풀어놓은 반달가슴곰의 출처가 무엇이었는가?		1.3만	2.5천
<자료 11> ³⁶	평소에 마늘을 많이 안 먹었는데 등산 중에 한국인 약정이 끝났을 것임.	지리산에서 곰을 만났다는 내용의 게시물을 리트윗한 게시물임.	8.7천	4.6천

<자료 10>과 <자료 11>은 <자료 9>의 파생작이라 할 수 있다. <자료 10>은 “3개월 동안 마늘을 먹지 않는다 → 인간이 꿈이 된다”라는 명제에 의거

33 이 명제에서 3개월은 100일의 변형일 것이다.

34 Henry Jenkins, Xiaochang Li, Ana Domb Krauskopf, and Joshua Green (2009), “If It Doesn’t Spread, It’s Dead (Part One): Media Viruses and Memes”, *Pop Junctions*, Henry Jenkins, 2024.11.19. https://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html; 리모르 시프만(2022), p. 120.

35 <자료 9>를 리트윗한 게시물.

36 2024.09.07. 검색, 검색어: 마늘 한국인 min_retweets:1000.

하여 질문을 던진다. <자료 10>의 질문은 마늘을 먹지 않아 곰이 된 인간이 지리산에 방사되었음을 암시한다. <자료 11>도 <자료 10>과 비슷한 주장을 펼친다. <자료 11>은 지리산에서 곰을 만났다는 일화에 그 곰이 바로 한국인이었다는 의견을 덧붙인다. 평소에 마늘을 먹지 않던 한국인이 등산 중에 “한국인 약정”이 끝나 곰이 되었다는 것이다. <자료 10>과 <자료 11>은 현실의 곰을 한국인 및 웅녀와 동일시하였다고 볼 수 있다.

이상에서 살핀 ‘마늘 밭’은 한국인이 마늘을 좋아한다는 명제를 기반으로, 「고기」형 단군신화의 웅녀가 수행한 과제를 변형하여 새로운 명제를 만들었다. 이로써 「고기」형 단군신화 속 웅녀와 현대의 한국인, 곰을 동일시하는 서사를 형성하였다. 단군신화의 후일담을 지어냈다고 볼 수도 있겠다. 한편, 「고기」형 단군신화의 서사 자체를 새롭게 해석하는 시도도 발견된다.

<자료 12>에서는 6컷 만화에 “마늘”이라는 단어가 덧붙여 있다. 만화의 내용은 다음과 같다. 곰과 호랑이가 인간이 되기 위해 100일 동안 동굴에서 같이 지내게 된다. 곰이 요리를 좋아해서 식사를 담당한다. 곰은 “꼭꼭 넣어야 맛있지”라면서 마늘을 한 움큼씩 넣어 요리한다. 호랑이는 기겁하며 “저런걸 먹으면서 100일동안 버틸순 없어!”라고 외치고 동굴을 떠난다. 곰은 마늘을 너무 많이 사용한 나머지 21일 만에 100일치 마늘을 다 먹는다.

<자료 12>의 만화는 100일 동안 동굴에 있어야 한다던 곰이 21일 만에 인간이 된 이유를 간명하게 설명한다. 곰이 마늘을 너무 좋아해서 빨리 먹어치웠기에 동굴을 빨리 나오게 되었다는 것이다. 이러한 설명을 통해 「고기」형 단군신화 속 웅녀의 성격이 변모한다. 곰이 썩과 마늘을 먹으며 동굴에 머무르는 일은 일반적으로 다시 태어나기 위해 고통을 인내하며 죽음의 시련을 겪는 행위라고 이해된다.³⁷ 하지만 <자료 12>의 만화 속 곰은 전혀 고행을 견디지 않는다. 식성에 따라 마늘을 마음껏 사용하며 동굴 속 생활

37 황폐강(1967), 「檀君神話의 한 研究」, 『백산학보』 3, 백산학회, pp. 123-126; 서대석(1980), 『韓國巫歌의 研究』, 서울: 문학사상출판부, pp. 170-171; 조동일(2005), 『한국문학통사 1』, 제4판, 파주: 지식산업사, p. 71 등.



<자료 12>³⁸

을 만끽한다. 마늘을 많이 먹는 식성이 부각될 따름이다.

<자료 12>가 「고기」형 단군신화를 소재로 삼았음은 분명하지만, <자료 12> 속 곰의 마늘 식성이 한국인의 마늘 식성과 명시적으로 연결되지는 않는다. 다만 <자료 12>를 리트윗한 게시물 중에는 한국인이나 마늘을 좋아하는 민족, 웅녀의 후손에 관한 내용을 포함하는 게시물이 많다. 단군신화 속 웅녀와 한국인, 곰을 동일시하는 맥락에서 <자료 12>가 읽힌다는 사실을 확인할 수 있다. <자료 12>를 게시한 이용자가 이를 의도하였는지는 불확실하지만, <자료 12>의 유통 과정에서 만화 속 곰과 마늘을 좋아하는 한국인이 동일시되는 것이다.

이때 흥미로운 점은 ‘마늘 밭’이 모두 「고기」형 단군신화를 활용한다는

것이다. 사실 단군신화는 다양한 유형으로 존재한다. 『삼국유사』 「기이」편에 전하는 「단군기」(檀君記)의 단군신화, 『제왕운기』에 전하는 「본기」(本紀)의 단군신화 등 여러 다른 유형이 있다. 「고기」형 단군신화 외의 단군신화에는 썩과 마늘을 먹고 꿈이 된 웅녀가 좀처럼 등장하지 않는다. 웅녀가 등장하는 결혼 부분은 단군신화에서 “가변성이 강한 부차적 신화소”이다.³⁹ 그럼에도 ‘마늘 밭’은 어김없이 웅녀가 나오는 「고기」형 단군신화를 염두에 둔다.

또 하나 흥미로운 사실은 단군신화에서 꿈이 먹는 음식이 썩과 마늘이라는 합의가 이루어져 있다는 점이다. 「고기」형 단군신화 원문에서 꿈은 ‘靈艾一炷蒜二十枚’를 먹는다. 『삼국유사』는 13세기에 편찬된 책이고 『삼국유사』가 인용한 「고기」는 더욱 오래된 기록일 터이니, ‘靈艾’와 ‘蒜’이 오늘날의 ‘썩’과 ‘마늘’과 일치한다고 확신하기는 어렵다. ‘蒜’이 마늘이 아니라 달래라는 견해가 제시되기도 하였다.⁴⁰ 하지만 ‘마늘 밭’은 단군신화에서 꿈이 먹는 음식이 마늘이라는 생각을 당연시한다.

여러 단군신화 중 유독 「고기」형 단군신화가 선택되고, 단군신화에서 꿈이 먹는 음식이 마늘이라고 이해되는 이유는 학교 교육에 있을 것이다. 구체적으로 단군신화는 ‘국어’ 혹은 ‘문학’, ‘국사’ 혹은 ‘한국사’ 교육과정에 포함되어 있다. ‘蒜’을 마늘로 번역한 「고기」형 단군신화 번역본이 학교 교육에 활용되기에 ‘마늘 밭’도 학교 교육을 따라 정형화되었다고 추측된다.⁴¹

특히 「고기」형 단군신화가 ‘국사’ 혹은 ‘한국사’ 교육의 일환으로 활용

39 조현설(2003), 『동아시아 건국 신화의 역사와 논리』, 서울: 문학과지성사, p. 205.

40 김종덕·고병희(1997), 「마늘(大蒜)에 대한 문헌학적 고찰: 大蒜, 小蒜의 비교 고찰을 통하여」, 『사상체질의학회지』 9(2), 사상체질의학회, p. 295.

41 본 연구자가 1-7차 교육과정 중학교, 고등학교 ‘국사’ 교과서를 확인한 결과, 모든 교과서에서 「고기」형 단군신화가 인용되거나 그 내용에 준하여 고조선의 역사가 서술되었다. 다만 2차 교육과정 중학교 ‘국사’ 교과서는 서술이 모호한 측면이 있다. 「역대 국사교과서」, 우리역사넷, 국사편찬위원회, 2024.10.09. <http://contents.history.go.kr/front/ta/main.do>.

된다는 점이 주목을 요한다. 1950년대부터 최근까지 ‘국사’ 혹은 ‘한국사’ 교과서에서 단군은 ‘민족의 시조’로, 단군이 세운 고조선은 ‘민족 형성의 근원’으로 묘사되었다.⁴² 따라서 한국인 정체성을 설명하는 데에 단군신화를 원용한다면, 해당 정체성은 한국인이 시초부터 유지해 온 유구한 정체성으로 여겨지게 된다. 마늘을 즐겨 먹는 한국인 정체성 또한 오랜 연원을 지녔다고 간주될 동력을 얻는다.⁴³

다만 단군신화의 마늘이 주목받는 현상을 학교 교육만으로 온전히 설명하기는 어렵다. 학교 교육을 받은 이들이 「고기」형 단군신화의 곰과 호랑이에 흥미를 갖는 경향은 이전에도 발견되었으나,⁴⁴ 마늘이 특출나게 관심의 대상이 되지는 않았다. 「고기」형 단군신화에서 마늘이 유독 부각되는 현상은 인터넷의 ‘마늘 밭’에서 새롭게 발생하였다. 이는 탈맥락화, 파편화된 특정 요소가 끊임없이 복제되는 인터넷 밈의 특성에 기인한다고 볼 수 있다.⁴⁵ ‘마늘 밈’이 인터넷 밈으로서 유통되는 과정에서 단군신화의 다른 맥

42 임기환(2017), 「3~7차 교육과정 국정 국사교과서의 고조선, 한군현 관련 서술의 변화」, 『사회과교육』 56(1), 한국사회과교육연구학회, p. 40; 강진웅(2022), 「남북한 중학교 역사교과서의 고대사 관련 민족 개념과 서사 분석」, 『사회과교육』 61(3), 한국사회과교육연구학회, pp. 28-29.

43 박성혜(2023), pp. 82-83에서는 학교에서 배운 단군신화가 웹툰으로 패러디되면서 ‘고전으로서의 권위’가 전도되고, 이를 통해 독자는 재미를 느끼며 단군신화는 탈신화한다고 보았다. 본 연구 역시 학교 교육 속 단군신화와 ‘마늘 밈’ 속 단군신화 간의 낙차가 재미를 유발한다는 점에 동의한다. 하지만 낙차 속에서도 학교 교육을 통해 단군신화에 부여된 권위는 여전히 유지된다는 측면에 초점을 맞추고자 한다.

44 황혜진(2012), 「〈단군신화〉에 대한 현대 독자의 수용 양상과 특성」, 『국어교육학연구』 43, 국어교육학회, p. 616.

45 인터넷 밈의 이러한 특성에 관하여 윤예영(2022), 「디지털 내러티브의 생산과 전유: 리얼리티 쇼 ‘요즘 육아 금쪽같은 내새끼’를 중심으로」, 『기호학 연구』 72, 한국기호학회, pp. 161-162가 참고할 만하다. 윤예영은 티비 쇼 속 정신의학 전문가의 캐릭터가 디지털 공간에서 파편화, 상정화되어 밈으로서 여러 가지 맥락에 활용되는 양상을 증명하였다. 윤예영에 따르면, 해당 인물은 디지털 공간에서 하나의 브랜드이자 상징이 된다. 그의 이름, 이미지, 언술 등이 때로는 따로, 때로는 함께 쓰이면서 상황에 따라 자유롭게 변형되고 복제된다.

락은 소거된 채 마늘만 민족, 즉 한국인의 상징으로 남은 것이다.

물론 마늘이 아니라 썩이 한국인의 상징으로 선택될 수도 있었다. 하지만 썩이 아니라 마늘이 한국인의 상징으로 간택되었다. 그 까닭이 무엇인지 확답을 내리지는 못하겠지만, 마늘을 둘러싼 인종차별이 하나의 원인이라고 생각된다. 오랫동안 마늘은 한국인을 향한 차별의 대표 소재로 여겨졌다. “한국인에게는 지독한 마늘 냄새가 난다”라는 식의 인종차별이 팽배하였다.⁴⁶ 마늘을 한국인의 상징으로 내세우는 작업은 마늘을 전유하여 차별에 대항하려는 시도일 수 있다.

차별에 맞선다는 의미에서 ‘마늘 밭’은 긍정적인 효과를 낳는다. 하지만 ‘마늘 밭’이 긍정적인 효과만 불러온다고 볼 수는 없다. 이 지점에서 롤랑 바르트(Roland Barthes)의 신화론을 참고할 필요가 있다. 바르트는 신화의 의미작용에서 형식이 의미를 수반한다고 말한다. 이때 형식과 의미 사이의 관계는 자연적이지 않으며 역사적으로 결정된다. 또한, 형식에서 의미를 유추하는 작업은 부분적일 뿐이어서, 신화는 총체적인 이미지보다는 의미가 소거된 불완전한 이미지를 활용하는 경우가 많다.⁴⁷ 하지만 신화는 이러한 과정을 숨긴다. 신화는 특정 형식에서 도출 가능한 여러 의미 중 특정한 개념만 읽어 내는 일이 자연스러운 일이라고 여기게끔 한다. 즉, 신화는 “개념을 자연화”하며, “역사를 자연으로 변형시킨다”.⁴⁸

이러한 관점에서 설명하자면, ‘마늘 밭’은 한국인의 시조가 웅녀이며 따라서 한국인은 마늘을 즐겨 먹는다는 생각을 자연화하는 신화이다. 사실 마늘을 많이 먹는 한국인 정체성이 한국인의 시조인 웅녀에서 시작된다는 관념은 「고기」형 단군신화가 학교 교육에 활용된 역사에서 기인한다. 하지

46 일찍이 일제강점기에도 조선인은 마늘 냄새가 난다는 이유로 차별받았다고 한다. 그 사례가 조선헌병대사령부 편(2017), 이정욱·변주승 역, 『조센징에게 그러지마!』, 전주: 흐름, pp. 118-119에 보인다.

47 롤랑 바르트(1997), 이화여대 기호학 연구소 역, 『현대의 신화』, 서울: 동문선, pp. 288-290.

48 롤랑 바르트(1997), p. 294.

만 단군신화에 부여된 권위에 힘입어, ‘마늘 밭’은 이러한 역사를 감춰 버린다. 단군신화의 여러 의미가 생략된 채 마늘이라는 상징만 부각되기에, ‘마늘 밭’을 둘러싼 역사는 더욱 손쉽게 지워질 수 있다.

자연화가 일어나면서 ‘마늘 밭’의 예외는 비가시화된다. ‘마늘 밭’에서 마늘을 싫어하는 한국인이나 마늘을 좋아하는 비(非)한국인은 존재하지 않는 듯 여겨진다. 그 결과, 한국인과 비(非)한국인 사이의 경계는 공고하게 존속하게 된다. 한국인과 비(非)한국인 사이의 경계가 부재하는 세계를 상상하지 못하게 한다는 점에서 ‘마늘 밭’은 ‘일상적 민족주의’ 실천에 해당한다.⁴⁹ 인터넷상에서 단군신화는 ‘마늘 밭’이라는 민족주의 신화의 형태로 다시 쓰이고 있는 것이다. 물론 ‘마늘 밭’은 일종의 유희로서 만들어지고 확산하므로 민족주의와 거리가 멀어 보인다. 그러나 즐거운 유희로 여겨지며 가볍게 수용됨으로써, ‘마늘 밭’은 오히려 더 강력한 민족주의 신화가 될 수 있다.⁵⁰

5. 결론

오늘날 인터넷은 국경이 허물어진 자유로운 공간처럼 보인다. 하지만 오프라인 세계에서 비롯된 민족주의는 온라인 세계에도 남아 있다. 인터넷에서 역시 민족주의는 서사를 통해 추동된다. 이러한 양상을 보여주는 사례로, 본 연구는 단군신화와 연관된 ‘마늘 밭’에 주목하였다.

‘마늘 밭’은 마늘을 즐겨 먹는 속성을 한국인 정체성으로 간주한다. 특히 외국인과 비교하며 한국인의 마늘 식성을 강조한다. 버터를 많이 먹는 영미권 사람들, 마늘을 기피하는 서양의 뱀파이어 등과 대조하면서 한국인

49 마이클 빌리그(2020), p. 162.

50 즐거움을 추구하는 태도가 ‘국뽕’ 콘텐츠를 “특별한 거부감 없이 일상적이고 가볍게 소비할 수 있게 만들었다”는 이세희(2022), p. 90의 논의를 참고할 수 있다.

이 마늘을 좋아한다는 서사를 만들어 나간다. 마늘을 싫어하는 한국인이나 마늘을 좋아하는 비(非)한국인이 있다는 사실은 비가시화된다.

‘마늘 밭’ 중 일부는 단군신화와 결합한다. 마늘을 즐겨 먹는 한국인 정체성을 「고기」형 단군신화로 설명하는 것이다. 더 나아가, 한국인이 마늘을 오랫동안 섭취하지 않으면 다시 곱으로 변해 버린다는 서사를 추가하는 사례도 있다. 한국인의 마늘 식성을 바탕으로 「고기」형 단군신화를 새롭게 해석하기도 한다. 이러한 과정에서 현대 한국인과 곱, 「고기」형 단군신화의 융너는 동일시된다.

학교 교육은 「고기」형 단군신화를 활용하여 단군을 ‘민족의 시조’로 그려낸다. 학교 교육의 권위에 힘입어, ‘마늘 밭’이 보여주는 한국인 정체성은 오랜 전통을 지녔다고 인식된다. 인터넷상에서 단군신화의 여러 의미가 소거되고 마늘만 부각되면서, ‘마늘 밭’의 한국인 정체성을 뒷받침하는 역사는 쉽게 지워진다. 그 대신, 한국인은 융너를 시조로 두어서 마늘을 잘 먹는다는 관념이 자연스럽게 받아들여진다.

정리하자면, ‘마늘 밭’은 한국인 정체성을 자연화하는 민족주의 신화이다. 인터넷상에서 단군신화는 ‘마늘 밭’이라는 신화로 다시 쓰이고 있다. 오프라인 세계에서 단군신화가 민족을 결집하였듯, 현대의 온라인 세계에서 ‘마늘 밭’은 한국인 정체성을 강화하고 있다. 물론 인터넷 이용자들이 의식적이고 의도적으로 ‘마늘 밭’을 활용하여 한국인 정체성을 공고화한다고 보기는 어렵다. 하지만 무의식의 영역에서 벌어지는 일인 만큼, ‘마늘 밭’의 의미작용은 일상에 더욱 치밀하게 침투할 수 있다. 부지불식간에 침투한 신화를 기민하게 감지하는 시선이 요구된다.

참고문헌

자료

- 「역대 국사교과서, 우리역사넷, 국사편찬위원회, 2024.10.09. <http://contents.history.go.kr/front/ta/main.do>,
엑스, 2024.08.29. & 2024.09.07. <https://x.com>.
조선헌병대사령부 편(2017), 이정옥·변주승 역, 『조센징에게 그러지마!』, 전주: 흐름.
「환웅이 천하에 자주 뜻을 두어 인간세상을 구하고자 하다」, 한국사데이터베이스, 국사편찬위원회, 2024.10.09. https://db.history.go.kr/ancient/level.do?levelId=sy_001_0020_0020_0020.

논저

- 강진웅(2022), 「남북한 중학교 역사 교과서의 고대사 관련 민족 개념과 서사 분석」, 『사회과교육』 61(3), 한국사회과교육연구학회.
김두진(2021), 「‘기억의 과잉’과 동아시아 온라인 공간의 민족주의: 한중간 탈경계 언술(narratives)의 감정 레짐」, 『국제정치연구』 24(1), 동아시아국제정치학회.
김종덕·고병희(1997), 「마늘(大蒜)에 대한 문헌학적 고찰: 大蒜, 小蒜의 비교 고찰을 통하여」, 『사상체질의학회지』 9(2), 사상체질의학회.
노영은·류용재(2020), 「유튜브 콘텐츠에 재현된 온라인 공간에서의 민족주의: ‘외국인 리액션’ 콘텐츠를 중심으로」, 『영상문화콘텐츠연구』 20, 동국대학교 영상문화콘텐츠연구원.
롤랑 바르트(1997), 이화여대 기호학 연구소 역, 『현대의 신화』, 서울: 동문선.
류석진·조희정(2008), 「온라인 공간의 민족주의적 갈등에 대한 연구: 게시판과 동영상 UCC를 중심으로」, 『사이버커뮤니케이션학보』 25(4), 사이버커뮤니케이션학회.
류석진·조희정·박설아(2013), 「온라인 신민족주의의 정치화 가능성: 한·중·일 온라인 갈등 유형과 확산 사례를 중심으로」, 『한국정치연구』 22(3), 서울대학교 한국정치연구소.
마이클 빌리그(2020), 유충현 역, 『일상적 국민주의』, 서울: 그린비.
리모르 시프만(2022), 최은창 역, 『디지털 문화의 전파자 밈』, 파주: 한울엠플러스.
리처드 도킨스(2010), 홍영남·이상임 역, 『이기적 유전자』, 전면개정판, 서울: 을유문화사.
박성혜(2021), 「근대계몽기 단군 이야기의 양상과 의미 연구」, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
박성혜(2023), 「웹툰의 단군 신화 활용 양상과 그 의미: 웹툰 <바로잡는 순애보>와 <호시탐탐>을 중심으로」, 『문화와융합』 45(2), 한국문화융합학회.

- 베네딕트 앤더슨(2018), 서지원 역, 『상상된 공동체: 민족주의의 기원과 보급에 대한 고찰』, 서울: 길.
- 서대석(1980), 『韓國巫歌의 研究』, 서울: 문학사상출판부.
- 송은영(2020), 「재난 민족주의: '국뽕'과 코로나 시대 한국 민족주의의 질적 전환」, 『문화과학』 103, 문화과학사.
- 신정원·오예주·홍석경(2022), 「여성 주체와 온라인 민족주의: 〈조선구마사〉 방송 중단 운동을 중심으로」, 『언론정보연구』 59(3), 서울대학교 언론정보연구소.
- 오누키 에미코(2001), 박동성 역, 『쌀의 인류학: 일본인의 자기 인식』, 서울: 소하.
- 왕저(2022), 김태연·이현정·홍주연 역, 「“오늘 밤 우리는 모두 디바 멤버들이다”: 온라인 상에서의 감상적이고 유희적인 행동으로서의 사이버 민족주의」, 『아이돌이 된 국가』(류하이롱 편), 서울: 갈무리.
- 양다솔(2022), 「이스포츠(e-Sport) 세계에서의 내셔널리즘 특성」, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤예영(2022), 「디지털 내러티브의 생산과 전유: 리얼리티 쇼 ‘요즘 육아 금쪽같은 내새끼’를 중심으로」, 『기호학 연구』 72, 한국기호학회.
- 이세희(2021), 「왜 ‘우리’는 분노하는가?: 온라인 인종(차별)주의 담론 정치와 민족주의」, 『비교문화연구』 27(1), 서울대학교 비교문화연구소.
- 이세희(2022), 「“국뽕코인”의 등장: 국민됨의 감정을 추동하는 유튜브 인트라스트럭처의 정치」, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승호(2016), 「단군: 역사와 신화, 그리고 민족」, 『역사비평』 117, 역사비평사.
- 이지행(2023), 「팬덤 실천을 통한 초국적 기억정치에의 개입과 정동의 작동: ‘BTS 원폭 티셔츠 논란’을 중심으로」, 『인문콘텐츠』 69, 인문콘텐츠학회.
- 임기환(2017), 「3~7차 교육과정 국정 국사교과서의 고조선, 한군현 관련 서술의 변화」, 『사회과교육』 56(1), 한국사회과교육연구학회.
- 장휘·송경호(2021), 「코로나19와 한국 민족주의의 분화: ‘국뽕’ 유튜브의 사례를 중심으로」, 『시민과세계』 39, 참여연대 참여사회연구소.
- 정예림(2023), 「여성 청소년의 초국가적 온라인 팬덤에 나타나는 민족주의에 대한 이해」, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 조동일(2005), 『한국문학통사 1』, 제4판, 파주: 지식산업사.
- 조영한(2014), 「미디어, 셀러브리티 그리고 온라인 민족주의: 2012년 런던 올림픽 중 박태환-쑤양 담론을 중심으로」, 『커뮤니케이션 이론』 10(2), 한국언론학회.
- 조현설(2003), 『동아시아 건국 신화의 역사와 논리』, 서울: 문학과지성사.
- 황패강(1967), 「檀君神話의 한 研究」, 『백산학보』 3, 백산학회.
- 황혜진(2012), 「〈단군신화〉에 대한 현대 독자의 수용 양상과 특성」, 『국어교육학연구』 43, 국어교육학회.
- Jenkins, Henry, Xiaochang Li, Ana Domb Krauskopf, and Joshua Green (2009), “If It Doesn’t Spread, It’s Dead (Part One): Media Viruses and Memes”, *Pop Junctions*, Henry Jenkins, 2024.11.19. https://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_

spread_its_dead_p.html.

- Mihelj, Sabina and César Jiménez-Martínez (2021), “Digital Nationalism: Understanding the role of digital media in the rise of ‘new’ nationalism”, *Nations and Nationalism* 27(2), the Association for the Study of Ethnicity and Nationalism.
- Williams, Matthew L., Pete Burnap, and Luke Sloan (2017), “Towards an Ethical Framework for Publishing Twitter Data in Social Research: Taking into Account User’s Views, Online Context and Algorithmic Estimation”, *Sociology* 51(6), British Sociological Association.

원고 접수일: 2024년 10월 15일, 심사완료일: 2024년 11월 10일, 게재 확정일: 2024년 11월 12일

ABSTRACT

Rewriting the Dangun Myth on the Internet

Kwon, Euncho*

Focusing on “Garlic Memes”

Nationalism is alive and well and driven by narratives on the Internet. In this light, this study focuses on “garlic memes” related to the Dangun myth. “Garlic memes” are Internet memes that are created, modified, imitated, and circulated through shared ideas about the consumption of garlic by Koreans. “Garlic memes” consider the attribute of loving garlic as a Korean identity. In particular, “garlic memes” emphasize the Korean identity by comparing Koreans to foreigners. Some “garlic memes” combine with the Dangun myth. As a result, contemporary Koreans, bears, and a bear woman, who appears in the typical type of the Dangun myth, are equated. “Garlic memes” naturalize the idea that Koreans love garlic because of their ancestor, the bear woman. After all, “garlic memes” are a nationalist myth that naturalizes Korean identity. On the Internet, the Dangun myth is rewritten to the myth of “garlic memes.”

Keywords Internet, Dangun Myth, “Garlic Memes,” Nationalism, Korean Identity, Myth

* Ph.D. Candidate, Department of Korean Language and Literature, Seoul National University

