

국내 밈 주요 유형 연구

A Study on the Main Types of South Korean Memes

홍소람 (Soram Hong)*

초 록

밈은 디지털 기술 기반의 정보환경에서 요구되는 다양한 유형의 리터러시 교육을 위한 효과적인 정보자원이다. 이 연구의 목적은 우리나라의 밈의 주요 유형을 사회문화적 맥락에 근거하여 도출해냄으로써 리터러시 교육의 기초자료를 마련하는 것이다. 이를 위하여 두 가지 연구질문을 소명하였다. 첫째, 밈의 분류 방식은 어떤 것들이 있는가? 둘째, 우리나라의 밈은 어떻게 유형화되는가? 이 연구는 문헌연구를 통해 밈의 분류 종류를 도출하고, 국내 서브컬처 위키 사이트인 나무위키에 등재된 우리나라의 밈 830개를 분석하였다. 분석 방법으로는 빈도분석, 교차분석, 네트워크 분석을 사용하였다. 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 밈은 매체, 유래, 비윤리 라벨, 주제, 발생연대로 분류된다. 둘째, 우리나라의 밈은 다음과 같이 4가지 주요 유형으로 나뉜다: 2010년대의 커뮤니티/SNS에서 일상적 소통 과정 중에 강화된 언어 밈; 2020년대 뉴미디어 콘텐츠를 토대로 한 놀이문화적 복합 밈; 2000년대 우리나라 인터넷 문화 초기 등장했던 시각 밈; 레거시 미디어 기반의 패러디 밈.

ABSTRACT

Mememes are effective information resources for literacy education required in a digital technology-based information environment. The purpose of this study is to derive the main meme types in South Korea according to sociocultural context and to provide basic data for literacy education. To this end, two research questions were addressed. First, what are the different ways to classify memes? Second, how are South Korean memes categorized? This study derived the classification types of memes through a literature review and analyzed 830 South Korean memes from Namuwiki, a South Korean subcultural wiki site. The analysis methods used were frequency analysis, chi-squared test, and network analysis. The results are as follows. First, memes are classified by medium, origin, unethical label, subject, and time period of occurrence. Second, South Korean memes are categorized into 4 main types: Language memes produced through everyday communication in online communities and social media in the 2010s; Complex memes for a play culture based on new media contents in the 2020s; Visual memes of South Korean internet culture in the early 2020s; Parody memes of legacy media.

키워드: 밈, 밈 유형, 밈 분류, 리터러시 교육, 윤리

memes, the types of memes, the classification of memes, literacy education, ethics

* 광주대학교 문헌정보학과 초빙교원(gardenofstone@naver.com)

■ 논문접수일자: 2025년 2월 17일 ■ 최초심사일자: 2025년 2월 28일 ■ 게재확정일자: 2025년 3월 12일
■ 정보관리학회지, 42(1), 183-212, 2025. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2025.42.1.183>

※ Copyright © 2025 Korean Society for Information Management

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

1. 연구 배경

현대 사회에서 리터러시는 문자텍스트를 사용하는 능력에서 나아가 문자텍스트를 통해 사회문화적으로 소통할 수 있는 역량으로서 소통 능력에 초점을 맞춘 개념으로 외연이 확장되고 있다(Gee, 2015). 문자텍스트가 인간이 속해 있는 환경 및 가치체계와 구분되어 독자적으로 존재할 수 없으므로, 리터러시를 함양하는 목적은 문자텍스트 그 자체의 활용이 목적이 아니라 문자텍스트를 통해 전달하고자 하는 여러 종류의 사회문화적 맥락을 파악하는 것이다. 이 점에서 리터러시는 문자텍스트의 사용 능력에 국한된 단일한 리터러시(literacy)가 아니라 소속집단, 환경, 가치체계, 신념 등 사회문화적 맥락을 근거로 일상생활의 소통에 필요에 따라 새롭게 만들어지는 리터러시들(new literacies)이다.

디지털 기반의 정보환경이라는 맥락에서 리터러시는 디지털 리터러시, 미디어 리터러시, 정보 리터러시 등으로 분화되었다. 이런 환경에서 등장한 새로운 리터러시들을 위한 교육 도구로서 밈(meme)은 유용하다. 밈은 1976년 Dawkins가 생물학적 자기복제자인 유전자에 유비적으로 대응하는 문화적 자기복제자이며, 장수·다산·복제의 정확성이라는 특성을 가진 정보 단위로서, 인터넷을 위시한 디지털 기반 정보환경에서 본격적으로 확산되었다. 이 환경에서 밈은 기존의 복제와 다른 모방 매커니즘을 기반으로 참여문화에 기반한 다중양식적 상호텍스트로서 새로운 정보 생산 및 공유 양상을 만들어냈다. 디지털 기반의 정보환경은 정보 전달의 시·공간적 한계를 극복하고, 문자

텍스트에서 시·청각을 포함하여 다중양식적으로 확장되고 있으며, 정보 생산 및 공유에 있어 생산자와 소비자를 구분하지 않기 때문이다.

디지털 환경에서 발생하는 여러 유형의 리터러시 교육도구로 밈이 갖는 교육적 의의는 다음과 같다. 첫째, 밈은 디지털 네이티브들이 일상적으로 활용하는 필수적인 소통 수단이기 때문에 학습자들의 리터러시 학습동기 강화에 유용하다(김병구, 2023a; 2023b). Shifman(2013)이 디지털 리터러시의 활용 과정에서 필연적으로 등장하는 활동을 밈으로 지칭했듯, 밈을 디지털 환경에서 소통할 때 생산, 활용, 향유하기 위해서는 개념적·기술적 역량을 포함한 디지털 리터러시 역량을 함양할 필요가 있다(김병구, 2023a; 2023b; Harvey & Palese, 2018). 따라서 밈은 리터러시 학습동기 함양에 효과적이다.

둘째, 디지털 환경에서 두드러지는 밈의 상호텍스트적 특성으로 인해, 밈을 통한 리터러시 교육은 정보홍수 환경에서 정보의 식별과 이해에 도움을 준다. 특히 밈은 가짜뉴스(fake news)와 같이 형식은 갖췄으나 진위 여부를 가리기 어려운 정보를 식별해내기 위한 훈련에서 유용하다. 밈은 배경정보와 없이는 그 의미를 명확히 파악할 수 없는 고맥락적 정보이기 때문이다. 따라서 현대 사회에서 쟁점이 되는 가짜뉴스를 식별해내고, 디지털 환경에서 유통되는 정보의 생산과 유통 양상을 체득하게 함으로써 정보 리터러시를 촉진하는데 기여한다(Ireland, 2018).

이처럼 밈은 디지털 기반 정보환경이라는 사회문화적 맥락을 상정하는 복수의 리터러시들의 함양을 위한 교육 도구로서 주목받고 있다.

(김병구, 2023a; 2023b; Harvey & Palese, 2018; Ireland, 2018; Knobel & Lankshear, 2005). 리터러시 교육 도구로 밈을 도입한 연구들은 밈을 직접 생산하는 과정까지 탐구함으로써 디지털 자원으로서의 밈 이면에 작동하는 문화적 맥락에 대한 비판적 분석(김병구, 2023a; 2023b), 미디어 현상에 대한 개인의 파급력과 영향력 인지(Harvey & Palese, 2018), 가짜뉴스 식별력의 향상(Ireland, 2018) 등을 목표로 하고 있다. 교육 도구로 사용될 때, 밈의 해석 과정에 공통적으로 포함되는 것은 밈에 내포된 의도 또는 배경지식이다(김병구, 2023a, 54; 2023b, 130; Harvey & Palese, 2018, 265). 밈은 고맥락 또는 탈맥락적인 정보로서 생산 배경이 고도로 응용되어 내포되므로 밈의 표현과 의미가 반드시 일치한다고 보장할 수 없다. 밈은 디지털 상의 폭증하는 정보들 사이에서 생존하기 위해 유머와 변칙성을 이용해 창의적으로 변형되기 때문이다(박광길, 2024; 박상권, 2023). 예컨대 미국의 초대 대통령인 조지 워싱턴의 초상화 위에 'Brexit before it was cool(멋있어 보이기 전에 [먼저] 브렉시트했다)'라는 문장을 입력한 이미지 매크로 밈(Harvey & Palese, 2018, 265)의 경우, 그 초상화의 주인공이 조지 워싱턴이라는 이미지에 대한 정보, 2020년에 영국이 유럽연합을 탈퇴한 사건이 브렉시트라는 정치적 맥락, 미국이 영국에게서 독립했다는 역사적 사실을 모두 인지하고 있어야 브렉시트가 '독립'이라는 점에서 회화화의 목적으로 이용되었다는 것을 추론해낼 수 있다. 따라서 밈의 이해와 활용 과정을 체화하기 위해서는 밈에 전제되어 있는 생산 배경을 다각적으로 인지하고 있어야 한다.

그러나 이러한 사회문화적 맥락은 리터러시 교육과정에서 중요한 추론 과정이지만 분류의 대상은 아니었다. 리터러시 교육 도구의 관점에서 밈을 분류할 때는 사회문화적 맥락을 반영하기보다 매체 기반, 특히 이미지 바탕 시각 자원을 중심으로 접근되고 있다(김병구, 2023b; Harvey & Palese, 2018; Ireland, 2018). 특히 밈의 여러 유형 중에서 가장 일반적으로 생산되고 공유되는 시각 매체에 초점을 맞추어 이미지 매크로(image macro), 합성요소(exploitable), 밈 비디오(memetic videos) 등 3가지 유형으로 구분하기도 하였다(김병구, 2023b; Harvey & Palese, 2018).

그러나 밈은 시각 매체 이외에도 다양한 매체로 생산 및 공유되므로, 검토의 영역을 확장할 필요가 있다. 여러 연구들은 밈의 매체를 시각 매체 이외에 언어, 시각, 청각, 동영상 등 다각적으로 세분하고 있다(Marchenko & Zelenskaya, 2020; Moritz, 1995). 언어적 특성을 강조하는 연구들에서는 밈을 온라인 환경에서의 방언의 한 유형으로 인식하여 언어적 특성에 따라 신어, 축약어, 파생/합생어 등 언어적 유형을 중심으로 세분하고 역할놀이, 노래/춤 등을 일부 추가하기도 하였다(이대규, 이찬규, 2023). 나아가 언어나 시각 등 특정한 양식에서 벗어나 다양한 양식을 비교하고 밈의 사용 양상을 탐구함으로써 리터러시 교육 과정에서 밈의 매체별 차이를 포함한 구체적인 논의를 제시하고 있다. 밈의 재생산 유형을 템플릿 대입형, 형태/의미 변화형, 정체성 대화형으로 나누고 하위 유형을 2가지씩 나누어 6가지로 제시하거나(오서현, 2021), 밈의 유래와 비유리 라벨을 유형과 함께 분류하여 밈의 번역에 필요한 보완

분류를 함께 실시하기도 하였다(이대규, 이찬규, 2023).

그러나 이러한 사회문화적 유형 분류는 리터러시 교육의 관점에서는 총체적으로 접근된 바 없었다. 이대규, 이찬규(2023)의 분류 기준이었던 비윤리 라벨의 경우 김병구(2023a)의 교육에서는 디지털 정보의 적절성 여부 중 시각(이미지나 동영상)에 국한되어 밈 선택의 요소로 한정적으로 제시되고 있지만, 이러한 분류를 위한 체계적인 지표를 제시한 연구는 드물었다. 따라서 리터러시 교육 도구로서 밈의 적용 범위를 확장하기 위해서는 시각 등 특정 매체에 기반한 분류 이외에도 주제 분류, 출처 분류 등 여러 유형의 밈을 다각적으로 비교할 수 있는 유형 기준을 마련할 필요가 있다. 밈은 밈이 가지는 표현의 의미값 뿐만이 아니라 밈의 배경정보를 이해해야 제대로 활용 및 응용할 수 있기 때문이다(이대규, 이찬규, 2023). 나아가 이러한 유형화 작업을 바탕으로 실제로 한국에서 생산 및 유통되는 밈을 분류하여 한국 밈의 고유한 양상을 살펴볼 수 있어야 한다. 따라서 여러 유형화 작업을 통합하여 밈을 다각적으로 분류하는 작업은 밈이 가진 고유한 사회문화적 맥락을 반영함으로써 디지털 기반 리터러시의 환경을 이해하는 데 도움을 줄 것이다.

이 연구의 목적은 우리나라의 밈의 주요 유형을 사회문화적 맥락에 근거하여 도출해냄으로써 리터러시 교육의 기초자료를 마련하는 것이다. 이를 위하여 두 가지 연구질문을 소명하여야 한다. 첫째, 밈의 분류 방식은 어떤 것들이 있는가? 둘째, 우리나라의 밈은 어떻게 유형화되는가?

2. 선행연구

2.1 디지털 환경에서 밈의 특성

밈은 자기복제자인 유전자가 갖는 장수, 다산, 복제의 정확성이라는 생존 조건을 공유하며 뇌에서 뇌로 전달되고 심리적 매력에 의해서 자연 선택되는 문화적 정보의 단위로 정의된다. 그러나 유전자가 생식세포라는 운반자를 통해 몸에서 몸으로 직접 전달된다면, 밈은 뇌라는 일종의 숙주 또는 존재 환경을 필요로 하여 직접 전달될 수 없다. 따라서 다른 양식으로 변환되어 전달될 수밖에 없으며 이 과정에서 밈은 경험과 인지의 차이에 따라 필연적인 왜곡을 수반한다(Dawkins, 2016/2018, 362-367).

따라서 밈 연구자들은 자기복제자가 갖는 생존 조건 중 복제의 정확성은 유전자의 조건이고, 밈은 그와 달리 모방이라는 별도의 생존 조건을 가지는 것으로 구분하기도 한다. 신종천(2020)은 밈이 정보의 영속성에 초점을 맞추는 복제 매커니즘이 아니라 정보의 수용성에 초점을 맞추므로써 관찰에 따라 모방의 정도와 층위가 달라지는 모방 매커니즘을 사용하여 자기복제자인 유전자와 구분된다고 보았다. 즉 밈의 전달 방식인 모방에 수반되는 왜곡은 커뮤니케이션 과정에서 상대방에게 적절하게 전달되기 위한 필연적인 과정으로 인식되는 것이다.

디지털 기반으로 전환된 정보환경은 밈의 모방 매커니즘을 더욱 활성화시키는데 기여하여, 그동안 학술적이고 추상적 개념으로만 잠재화되어있던 밈을 사회 전반의 보편 현상으로 확산시키는 일종의 촉진제로 여겨진다(Blackmore, 1999/2010). 매체에 포착된 밈을 최소한의 시

간에 동일한 형식으로 복제하고 확산할 수 있게 했기 때문이다(박광길, 2024; Castaño Díaz, 2013). 기술환경에서는 생산자가 소비자가 구분되지 않고, 동일한 정보를 복제하는 것이 기본적인 개념이 되었기 때문에 정보홍수로 인해 오히려 정보가 비가시화되는 경우가 빈번하게 발생하며 생존을 위해, 즉 인간의 뇌에 빠르게 전달되고 이식되기 위해 주목을 받고자 창조적인 방식으로 변형되고 재창조되기 시작했다(조동기, 2016). 따라서 인터넷 환경에서는 모방을 통한 변이가 밈의 전달 과정에 존재하는 근본적인 한계가 아니라 디지털 환경에서 더욱 강화되는 변형, 상호텍스트성, 다중양식성이라는 3가지 특성을 발생시킨다. 선행연구들은 이러한 밈을 ‘인터넷 밈(internet meme)’이라는 별도의 개념으로 통칭하여 구분해내기도 하였으나, 모방 매커니즘은 인터넷 밈에만 귀속되는 것이 아닌 밈 개념 자체를 유전자 개념과 구분 짓는 고유한 특성이기 때문에 밈의 본질이 변화했다고 볼 수는 없다(신종천, 2020). 따라서 이 연구에서는 인터넷 밈과 밈을 개념적으로 구분하지 않되, 인터넷 밈이 가지는 특성을 밈이 처한 디지털 환경에서 두드러지는 특징으로 해석할 것이다.

첫째, 변형은 인터넷 환경이 자기복제자의 3가지 특성인 장수, 다산, 복제의 정확성을 강조한다는 점에서 기인한다(박상권, 2021; 2023). 이런 특성을 통해 밈은 문화적으로 유전자와 동일하게 작동하는 자기복제자의 위치를 획득한다. 그러나 밈 각각이 생존하기 위해서는 별도의 경쟁 전략이 필요하게 되었다. 기존에는 자기복제자의 3가지 특성을 충족하는 것이 밈의 생존을 담보하는 조건이었으나 모방을 통해 변

형이 필연적으로 발생하게 되는 한계점이었다면, 인터넷 환경에서는 복제가 기본 전제가 되면서 다른 방식으로 변형되는 것이 생존 전략으로 채택되는 것이다(박상권, 2021; 2023; 주민재, 2024). 이는 인터넷이라는 환경이 누구나 정보의 생산자이자 수용자, 즉 프로슈머가 될 수 있는 환경이기 때문이다. 누구나 정보의 생산자이자 수용자가 될 수 있는 디지털 환경은 참여문화적 특성을 가지므로 디지털 환경에서의 밈은 생산자와 수신자가 고정되어 전달되는 문화적 요소가 아니라 후속 소통을 지속적으로 창출해야 하는 수단이다. 따라서 다른 주체가 이 밈을 소통 주제로 선택하게끔 하기 위해 밈은 주목경제와 같은 방식으로 작동한다. 특히 유머, 충격적, 특이한 것, 이상한 것으로 표출되는 것은 밈의 주요 양상으로, 감정을 창출해내기 위한 의도적 변이가 발생한다(박상권, 2023; 조동기, 2016; Knobel & Lankshear, 2005).

둘째, 상호텍스트성(intertextuality)이다. 상호텍스트성은 하나의 텍스트가 다른 텍스트와 결부되는 것을 의미한다(Harvey & Palese, 2018). 밈은 그 텍스트가 가진 의미만으로 설명될 수 없기 때문에 맥락을 설명하는 다른 텍스트와 필연적으로 관계를 맺는다. 밈은 지속적으로 변형하며 생존하는데, 이 과정에서 인간의 개입이 강화되며 의도가 반영된 고유한 의미화가 진행되기 때문이다. Dawkins가 정의한 밈은 생물학적 존재 단위를 유전자로 환원하고, 이 유전자와 유비될 수 있는 문화적 존재 단위로서 밈을 정의하면서 생물학적으로 개체에 상응하는 주체라는 존재 단위를 약화시켰다. 즉 인간의 뇌를 단순한 숙주 개념으로 인식하고 밈의 전달을 위한 도구로서 이해했다. 그러나 디지털 환

경에서의 밈은 상대와 소통하기 위한 주체의 의도가 적극적으로 개입한다(주민재, 2024). 주목을 통해 무한히 확산하는 것과 달리, 주체의 의도는 때로 특정한 인터넷 커뮤니티 또는 SNS에서의 소속감과 영향력 확보를 위한 폐쇄적 계층화와 결부되기도 한다(박인성, 2022).

예컨대, 해당 커뮤니티 또는 SNS에서 유통되었던 고유한 사건 또는 밈을 알지 못하면 소통 자체가 유의하지 않다. 2015년경 디시인사이드와 웃긴대학에서 유래된 “결혼하지 마” 밈과 그 변형이 예시이다. 이 밈은 “니네는 결혼하지 마라”라는 글에 “왜?”라고 댓글이 달렸고, 글의 작성자가 답변으로 “그냥 하지 마, 이 XXXX(비속어)야”라는 것으로 종결되는 밈이었다. 그러나 해당 밈이 웃긴대학 등의 타 커뮤니티에서 모방되는 과정에서 “그냥 하지 마”라는 말을 누락하고 “이 XXXX야”만 말하는 변형된 모방이 발생했다. ‘그결(‘그냥 하지 마’라는 말을) 빼니까 이상하다’는 점이 웃음 요소가 되면서 고유한 밈으로 자리잡았다. 즉 “니네는 결혼하지 마” → “왜?”라는 질문에 대해 답변을 하지 않고 “이 XXXX야”라는 비속어로 응하는 소통 방식이 만들어졌다. 커뮤니티에서 게시글과 댓글의 형식으로 생산된 2가지 소통 사건을 모른다면 이해할 수 없는 유형의 밈이 탄생한 것이다.

이 경우 밈은 보다 많은 사람들에게 확산되는 것이 목적이 아니라, 자신이 속해있는 인터넷 공동체의 사회적 공감을 얻는 것이 목적이다. 이 때 밈은 다른 공동체와 자신들을 구분하는 배타적 정체성이자 고유한 놀이문화이므로 오히려 인터넷 공동체 내에서 유통되는 밈이 외부로 유통되는 것을 꺼려하기도 한다(박인성,

2022; 장경현, 2024). 이 점에서 밈이 내포한 사회문화적 맥락과 특성을 고려하는 것은 중요하다. 특히 한국 사회의 밈은 2000년대 초반 대규모 커뮤니티 사이트인 디시인사이드의 태동과 함께 한국 인터넷 문화를 견인해오는 중요한 요소이며 인터넷 문화가 가진 문제와 맹점을 분석할 수 있는 대상이기 때문에(김경수, 2023) 그 자체로 한국 인터넷 문화의 표상이자 반영이다.

셋째, 다중양식성(multimodality)이다. 디지털 기반의 인터넷 환경은 문자텍스트 뿐 아니라 시각, 청각 등 다양한 양식 기반의 정보를 복합적으로 유통할 수 있는 환경을 조성했다. 특히 밈은 이미지 기반으로 문자텍스트나 음성텍스트가 결부된 시각언어에 초점을 맞추어 연구되고 있다(김경수, 2023; 지영은, 2021; Harvey & Palese, 2018). 다만 밈이 시각적 요소를 가장 주요한 특성으로 삼더라도, 해당 대상을 특정화시키는 과정에서 대상을 지칭해야하기 때문에 국내 밈 연구들이 연구대상으로 삼은 밈은 2가지 이상의 양식이 결합된 다중양식 다음으로 언어 밈이 많은 것으로 나타났다(홍소람, 2023).

이상의 특징을 결합하여 밈을 정의하면 다음과 같다. 밈은 유전자의 특성(장수, 다산, 복제의 정확성)을 유비적으로 공유하는 문화적 자기생산자 개념인데, 유전자의 특성 중 복제의 정확성을 모방 매커니즘으로 대체함으로써 필연적으로 왜곡과 변화를 수반하는 정보 현상이다. 디지털 기반 정보환경에서 정보 전달의 시·공간적 한계 극복과 정보 생산 및 공유의 프로슈머(prosumer) 양상으로 인해 밈은 채택받기 위해 주목을 활용하는 다중양식적 상호텍스트성을 보인다. 특히 우리나라에서 밈은 커뮤니티 사

이트를 중심으로 인터넷 문화를 견인해오는 중요한 사회문화적 사료로 기능하는데, 커뮤니티 사이트의 폐쇄적 소속감을 강화시키므로 밈에 수반되는 발생 사건 등 고유한 맥락에 대한 사회문화적 이해가 필수적이다.

2.2 밈 유형화

밈을 연구하는 밈학(memetics)이 본격적으로 태동하고 문화사회학의 연구분야 중 하나로 자리잡기 시작한 시점은 WWW의 개발과 인터넷 기술이 보편적으로 확장되던 1990년대와 상응한다(Blackmore, 1999/2010). 따라서 밈을 유형화시키는 연구들은 앞서 진술된 디지털 사회에서 두드러지는 밈의 3가지 특성(변형, 상호텍스트성, 다중양식성)을 준거로 삼는다. 특히 인터넷 환경은 문자텍스트에 국한되지 않는 시각·청각 매체의 유통을 시·공간적 제약 없이 가능하게 만듦으로써 정보 교환에 혁신적인 효율을 발생시켰고, 이 점에서 여러 연구들이 밈의 다중양식적 특성에 근거하여 매체 기반으로 유형화 작업을 실시하고 있다(이대규, 이찬규, 2023; Harvey & Palese, 2018; Marchenko & Zelenskaya, 2020; Moritz, 1995). 보다 구체적으로 밈의 양식을 문자텍스트를 위주로 보는가, 아니면 훨씬 광범위한 양식들이 있고 그 양식들까지 함께 해석하느냐에 대해서는 다른 관점을 취한다.

이대규와 이찬규(2023)는 밈을 온라인 언어로서 보고 유형, 유래, 비유리라벨을 기준으로 나누었는데, 유형에서 문자텍스트에 해당하는 신어, 축약어, 파생/합성어, 외래어, 의미 변화, 형태 변화와 그 외에 역할놀이, 노래/춤, 기타

라는 항목을 별도로 마련하였다. 그러나 인터넷 환경에서의 밈을 “온라인 공간에서 사용되는 사회적 방언(이대규, 이찬규, 2023, 137)”로 규명하였기 때문에 언어학적 측면을 보다 세분하고 있다. Moritz(1995)는 언어 밈(L-memes), 시각 밈(V-memes), 청각 밈(M-memes), 행위적 밈(B-memes), 종합적 밈(C-memes)으로 구분하였고, 홍소람(2023)도 Moritz(1995)의 기준을 준용하였다. Harvey와 Palese(2018)은 인터넷 환경에서 가장 빈번하게 유통되는 밈 유형을 이미지 매크로, 합성요소, 밈적 비디오로 구분하였다. 이미지 매크로는 특정한 이미지에 텍스트를 삽입하여 생산하는 경우, 합성요소는 특정 요소를 다른 환경이나 이미지에 합성시켜 사용하는 경우, 밈적 비디오는 시각적 이미지나 움직임, 음성 요소 등을 분해하여 밈화시킬 수 있는 콘텐츠를 일컫는다. 김병구(2023b)도 이러한 분류를 리터러시 교육에 반영하였다. Marchenko와 Zelenskaya(2020)는 미디어언어학 관점에서 밈을 다중양식적 정보산물로 해석하면서 밈을 음성 밈(audio memes), 텍스트 기반 밈(text-dominant memes), 고정 이미지(memes with dominant static visual object), 움직이는 이미지(memes in GIF), 비디오(video memes)로 구분하고, 이러한 매체 유형이 어떤 방식으로 결합되었는지(monocode type, binary type, polycode type)를 기준으로 밈을 분류하였다.

그러나 매체 기반 분류는 밈의 형식적 추적을 가능케 하지만 내용적 추적과 활용을 하기에는 부족하다. 이에 밈이 가진 상호텍스트성에 집중한 연구들은 다른 유형화를 시도하기도 한다. 대표적으로 Knobel과 Lankshear(2005)

는 밈을 인터넷 환경의 새로운 리터러시 대상으로 해석하며 리터러시가 전통적인 문자텍스트 중심의 이해역량이 아니라 다양한 사회문화적 맥락에서의 소통역량으로 분화된다는 개념인 뉴 리터러시의 연구대상으로 이해한다. 따라서 밈이 소통에서 살아남는 생존전략을 탐구하는 것을 리터러시의 목적으로 본다. 이들은 밈이 성공적으로 생산·유통·확산될 수 있는 조건을 자기복제자의 3가지 특성인 장수, 다산, 복제의 정확성이라고 보고, 그 중 복제가 간편한 인터넷의 특징에 집중하여 성공적인 밈을 고정된 복제 기반 밈(high fidelity static memes)과 혼합 밈(remixed memes)으로 분류한다. 복제의 정확성을 준용하는 밈, 즉 동일한 내용/양상/이미지 등이 그대로 복사되어 확장되는 고정된 복제 기반 밈은 사회적 코멘터리(social commentary), 터무니없거나 특이한 것의 기념(celebration of the absurd and unusual), 조롱(hoax memes), 팬 기반 밈(fan-based)으로 구분하였다. 반면 혼합 밈은 멀티미디어적 양식으로 존재하는 협력적이고 터무니없는 유머(collaborative, absurdist humour in multimedia forms)로 설명하였다.

이러한 분류 방식은 밈의 재생산 방식을 토대로 분류한 것과 유사한데, 국내에서는 오서현(2021)이 밈의 재생산 방식을 템플릿 대입형, 형태/의미 변화형, 정체성 대화형 3가지로 보고 각각을 2가지 유형으로 세분한 바 있다. 또한 이대규와 이찬규(2023)는 전술했듯 밈을 매체 기반 유형으로 식별하였으나, 그 외에 밈이 어떻게 사회적 방언으로 상호작용하며 소통 및 확산되는 과정에 초점을 두어 추적하기 위하여 유래와 비유리 라벨을 분류항목으로 포함시

켰다. 학자별로 분류한 밈 유형을 유사한 항목으로 비교한 결과는 다음 <표 1>과 같다.

이를 요약하면 다음과 같다. 유형 분류는 디지털 정보환경, 특히 인터넷 환경에서 두드러지게 발생하는 3가지 특성에 입각하였다. 먼저 밈의 변형과 확산에 관하여 밈의 재생산 방식(오서현, 2021; 이대규, 이찬규, 2023)을 분류하는 연구들이 있었다. 또한 밈의 상호텍스트성에 근거한 밈의 유통 양상, 유래와 비유리 라벨(이대규, 이찬규, 2023; Knobel & Lankshear, 2005) 분류 연구들이 있었고, 마지막으로 다중양식성 특성에 근거해 해당 언어, 이미지, 청각, 동영상 등 양식이나 매체에 기반하여 분류하고자 하는 연구들로 요약할 수 있다(이대규, 이찬규, 2023; Harvey & Palase, 2018; Marchenko & Zelenskaya, 2020; Moritz, 1995).

많은 선행연구들이 매체나 재생산 방식 등 단일한 기준에 기반하여 유형을 분류하고 있었다. 이 중 이대규, 이찬규(2023)의 연구가 매체, 유래, 재생산 방식, 비유리적 라벨 등 사회문화적 맥락을 포함하여 다각적인 분류 기준을 마련하고 있었으나, 매체 특성에서는 다른 선행연구와 달리 언어 매체를 중점적으로 세분하고 있었다. 한국의 사회문화적 맥락을 고려할 때, 한국 밈은 2000년대 초반 짤방과 합성요소를 중심으로 한 이미지 밈과 떼어놓을 수 없는 관계에 있다(김경수, 2023). 따라서 언어 매체 이외에 시각, 청각, 복합 등 다양한 매체를 세분할 필요가 있다.

또한 밈의 사회문화적 맥락을 포착하기 위한 보완이 필요하다. 유래나 비유리 라벨 등은 특히 선행연구 분류에서는 시계열적 변화를 포착하기 위한 분류 기준이 별도로 마련되어있지 않

〈표 1〉 밈 유형 분류 선행연구 비교

분류	오서현 (2021)	이대규, 이찬규 (2023)	Harvey & Palese (2018)	Knobel & Lankshear (2005)	Marchenko & Zelenskaya (2020)	Moritz (1995)
	재생산 유형	유형, 유래, 비유리 라벨	가장 빈번한 생산방법	전파 방식 및 개념	생산기술, 구조적 의미론	매체
재생산 방식	프레임 템플릿형	프레임 템플릿형				
	맥락 템플릿형	맥락 템플릿형				
	형태 변화형	형태 변화형				
	이미 변화형	이미 변화형				
	자아 탐구형	자아 탐구형				
유래	취향 논쟁형	취향 논쟁형				
	론텐즈	영상 론텐즈		Fan-based		
	실제 사건	실제 사건		Social commentary		
	커뮤니티/SNS 게시물	커뮤니티 게시물				
	기타					
비유리 라벨	욕설	욕설				
	반사회적 의미	반사회적 의미 내포				
	성적 의미	성적 의미 내포				
	비난/비하	비난/비하				
	기타 논란	기타 논란				
매체	회화화			Celebration of the absurd and unusual hoax memes collaborative, absurdist humour in multimedia forms		
	언어-신어	신어			text-dominant memes	L-memes
	언어-축약어	축약어				
	언어-파생/합성어	파생/합성어				
	언어-외래어	외래어				
매체	언어-기타					
	시각-팔방					
	시각-합성요소		image macro exploitables		memes with dominant static visual object	V-memes
	시각-음표/동작		memetic videos		memes in GIF video memes	B-memes B-memes
	복합				binary type polycode type monocode type	C-memes
장가		기타			audio memes	M-memes
	장가					

으므로, 밈의 발생연도를 반영하여 어떻게 밈이 변화해왔는지 그 양상을 확인할 필요가 있다.

3. 연구설계

3.1 분석 대상

분석 대상은 우리나라에서 생산 및 유통되는 밈이다. 밈의 수집은 나무위키에 우리나라의 밈으로 등재된 문서를 대상으로 한다. 밈은 디지털 기반의 정보환경을 통해 확산되면서 변형과 다중양식적 상호텍스트성이 강화되었는데, 우리나라의 경우 커뮤니티와 SNS 문화에 기반하여 확산되었다(김경수, 2023). 나무위키는 국내 서브컬처 기반의 참여형 위키 사이트로 국내 위키 사이트 중 가장 많은 문서 수를 보유하고 있으며¹⁾ 우리나라의 인터넷 참여 문화를 기반으로 형성된 밈의 사회문화적 맥락을 포함한 설명까지 포함하여 수집하기에 적절하다.

그러나 나무위키는 사이트 진술 상의 신뢰성 및 성별 편향성 문제가 있어(김수아, 2020; 백혜선, 2023) 밈 유형 분류에 있어 나무위키의 문서만을 기반으로만 해석할 경우 분석의 중립성이 훼손될 우려가 있다. 따라서 커뮤니티 사이트와 SNS 기반의 인터넷 참여문화에 친숙하여 다양한 밈의 생산 및 유통 맥락을 이미 인지하고 있으며 연구자와 다른 성별을 가진 코더를 섭외하여 분류 작업을 별도로 실시한 후 결과를 통합하였다. 섭외한 코더는 밈 리스트 사

전 전달 결과 수집 대상인 885개의 밈 중 822개(93%)의 밈을 들어봤거나 이미 알고 있다고 응답하였다.

3.2 데이터 수집 및 분석 대상 확정

연구자가 2024년 7월 8일 기준 나무위키의 “밈(인터넷 용어)/대한민국” 항목에 수록된 밈을 수집하였다. 해당 항목은 단일 웹페이지인데, 가나다순으로 밈을 나열하고 그 밈에 관한 정보는 밈에 관한 해당 항목으로 하이퍼링크를 연결하는 형태로 구성되어 있다. 밈의 맥락배경 분석을 위하여 해당 하이퍼링크를 포함하여 엑셀 리스트로 전환하였다. 일부 밈의 경우 별도 하이퍼링크 없이 간략한 설명을 부기하였고, 이 경우 밈의 분석을 위한 구체적인 맥락정보가 부재하므로 하이퍼링크가 없는 밈을 리스트에서 제거하여 885개의 밈을 선정하였다.

해당 밈 리스트를 코더에게 전달하여 연구자와 코더가 밈의 중복여부 검토를 실시하였고, 이 과정에서 중복되는 밈 55개가 2차적으로 제거되어 탈락하여 최종적으로 830개의 밈이 분석 대상으로 확정되었다.

3.3 수집 데이터 분류

분석 항목은 선행연구의 밈 유형을 토대로 다음 <표 2>와 같이 도출하였다. 밈 선행연구에서 디지털 환경에서 강화된 특성으로 설명되는 변형, 상호텍스트, 다중양식을 기반으로 선행연구에서 분석 문항을 도출하였다. 또한 이 연구

1) 한국어 위키백과의 일반 문서 수는 1,525,779개(2024년 12월 19일 기준), 나무위키의 일반 문서 수는 1,558,260개(2025년 1월 18일 기준)이다.

〈표 2〉 밈 유형 분류항목(코드북)

밈 특성	분류	항목명	개념	출처	분류 채택 여부	
					빈도	네트워크
밈 변형	재생산 방식	프레임 템플릿형	주로 필터나 송&댄스 규칙 등 정해진 프레임에 자신을 대입하여 참여하는 방식으로 밈 참여(오서현, 2021, 48)	오서현, 2021: 이대규, 이찬규, 2023	○	×
		배라 템플릿형	사람을 중심으로 밈의 변이가 일어나는 것이 아닌, 상황적 맥락을 중심으로 변이가 일어나는 것(오서현, 2021, 48)			
		형태 변화형	주로 원본을 변형하여 참여하는 방식으로 밈 참여가 이루어진다. 주로 원본 콘텐츠를 모방하되, 이를 더 기발하고 재미있게 변형하고 다양한 방식으로 제작해보는 형식(오서현, 2021, 56)이며, 일관된 종결어미를 사용하는 경향을 보여 XX체로 불리는 인터넷 밈과 글자를 변형하는 호생어, 외제어, 야만장음 등(이대규, 이찬규, 2023, 139)			
		의미 변화형	의미를 변경하여 참여하는 방식으로 밈 참여가 이루어지고, 원본 콘텐츠가 이슈된 계기를 바탕으로 키워드를 접어서 놀리거나 희롱하는 방식으로 사용되며 (중략) 재생산을 통해 새로운 의미가 생성됐을 때 이슈된 의미가 어느 정도 고정된 후로는 원래의 의미가 아닌 변화된 의미로 사용되며 밈이 확산되며(오서현, 2021, 59) 신조어의 형성원리에 따라, 기존의 단어가 다른 의미를 갖게 된 경우(이대규, 이찬규, 2023, 139)(ex-양망하다, 제기 등)			
		자아 탐구형	자아 탐구를 주제로 다양한 포맷을 생산하고 이에 대화로써 참여하는 방식 (중략) 주로 여러 사람들의 성향별, 스타일별 대화를 유도(ex-MBTI, 혈액형)(오서현, 2021, 61)			
		취향 논쟁형	호불호나 행동방식, 취향에 관한 것을 밈 소스로 하여 논쟁을 하고 대화를 하는 밈(ex-부머 짝덕)(오서현, 2021, 62)			
상호텍스트	유래	콘텐츠	밈의 원형이 된 소스가 광고, 뮤직비디오 등 콘텐츠인 경우	이대규, 이찬규, 2023	○	○
		실제 사건	밈의 원형이 된 소스가 실제로 발생하거나 논란이 된 사건인 경우			
		커뮤니티/SNS 게시물	밈의 원형이 된 소스가 커뮤니티 사이트나 SNS의 게시물인 경우			
		기타	위 사례에 포함되지 않는 경우			
		욕설	밈에 비속어가 포함되는 경우			
	비유리 라벨	반사회적 의미	밈에 성적 의미/젠더 갈등, 비난/비하, 회화화, 욕설이 아닌 비합법적/불법적인 암시가 포함되는 경우	이대규, 이찬규, 2023: Knobel & Lankshear, 2005	○	○
		성적 의미/젠더논쟁*	밈에 성적 의미/젠더 갈등과 같은 요소가 포함되는 경우			
		비난/비하	밈에 성적 의미/젠더 갈등이 아니면서 특정 상대의 문제시되는 행위에 근거해 비하하는 경우			
		회화화*	밈에 성적 의미/젠더 갈등이 아니면서 특정 상대의 문제시되는 행위에 근거하지 않고 비하하는 경우			
		기타 논란	위 경우에 포함되지 않는 기타 논란			
		윤리성 판단 어려움*	해당 밈이 비윤리적이지 않거나 코더 간 합의가 이루어지지 못한 경우			

범 특성	분류	항목명	개념	출처	분류 채택 여부	
					빈도	네트워킹
다중양식	배제	언어-신어	축약어, 파생/합성어, 외래어에 속하지 않는 새로운 단어	이대규, 이찬규, 2023; Harvey & Palese, 2018; Marchenko & Zelenskaya, 2020; Moritz, 1995	○	언어/시각/ 청각/복합 으로 통합하 여 적용
		언어-축약어	글자의 수를 줄여 간략히 나타낸 말(표준국어대사전 축약어)			
		언어-파생/합성어	실질 형태소에 접사가 결합하거나 불 이상의 실질 형태소가 결합하여 하나의 단어가 된 것으로, 다른 형태소와 결합하여 하나의 의미로 활용되는 특수한 접사 또는 실질 형태소를 의미(ex-xx층, xx각) (표준국어대사전 파생어, 합성어)			
		언어-외래어	외국에서 들여온 말로 국어에서 널리 쓰이는 단어(표준국어대사전 외래어)			
		언어-기타	단어가 아닌 언어 표현들(문장, 구, 이모티콘(이모지 제외) 등)			
		시각-절망	정지한 하나의 이미지(Moritz, 1995, 158-159)			
	복합	시각-합성요소	이미지의 특수한 요소가 추출되어 다른 요소와 합성하여 사용되는 것(이미지 매크로 포함)(Harvey & Palese, 2018, 263; Moritz, 1995, 158-159)	이대규, 이찬규, 2023; Harvey & Palese, 2018; Marchenko & Zelenskaya, 2020; Moritz, 1995	○	언어/시각/ 청각/복합 으로 통합하 여 적용
		시각-음절/동작	음성 없이 반복되는 짧은 구간의 동적 이미지나 특정한 동작			
		청각	특정한 음절이나 억양이 들어간 문장, 소리 등(Marchenko & Zelenskaya, 2020, 2139; Moritz, 1995, 158-159)			
		복합	이상의 요소를 중 2개 이상의 요소가 결합된 경우(ex-개 짖는 소리 좀 안 나게 하라, 비 <깽>) (Marchenko & Zelenskaya, 2020, 2139; Moritz, 1995, 158-159)거나, 특정한 인물의 말투, 자세, 표정, 습관, 행동 등을 포함하는 포괄적 의미 단위(이대규, 이찬규, 2023, 139)			
		1990년대(이전 포함)	1999년 이전에 밈으로서 확산된 경우			
		2000년대	2000~2009년에 밈으로서 확산된 경우			
사회문화적 맥락	주제*	2010년대	2010~2019년에 밈으로서 확산된 경우	신규 (일자 수집 후 그룹화)	○	×
		2020년대	2020년 이후에 밈으로서 확산된 경우			
		정치(국방 포함)	밈의 소스가 정치 분야와 긴밀하게 연관된 경우(국방 포함)			
		사회/경제/IT	밈의 소스가 사회/경제/IT분야와 긴밀하게 연관된 경우			
		국제	밈의 소스가 우리나라 이외의 이슈와 긴밀하게 연관된 경우			
		생활/문화/연예	밈의 소스가 레거시 미디어 기반 콘텐츠와 긴밀하게 연관된 경우			
		스포츠	밈의 소스가 스포츠와 연관된 경우	신규	○	○
		서브컬처*	밈의 소스가 레거시 미디어 이외의 콘텐츠와 긴밀하게 연관된 경우			
		인터넷참여*	밈의 소스가 특정한 주제 없이 커뮤니티나 SNS에서의 일상대화인 경우			
		기타	밈의 소스가 어느 분야에도 속하지 않는 경우			

* 항목 신규 추가 및 보완

의 목적이 우리나라의 고유한 사회문화적 맥락을 반영하여 밈을 유형화시키는 것이므로, 밈을 발생시킨 사건 등 맥락적 배경의 파악을 위한 발생연대와 주제를 신규 분류 유형으로 추가하였다. 그 결과 총 6개 분야의 분류 유형이 확정되었다. <표 2>에서 분류 채택 여부를 제외한 부분은 연구자와 코더가 코드북으로서 공유하였다.

분류 작업은 6개 유형 모두를 대상으로 이루어졌다. 그러나 분류 작업 및 결과를 통합하는 과정에서 재생산 방식 유형 분류의 상호배타성으로 인한 문제가 발생했다. 하나의 밈, 특히 시각·청각·문자텍스트 등 복합 양식을 가지는 밈의 재생산 유형이 다양하기 때문이다. 예컨대 비의 “깡”은 MV에 나오는 춤(바닥을 기어다니는 춤), 복장(검은색 밀리터리풍의 옷), 가사(화려한 불빛이 나를 감싸네) 등이 각각 분할되어 유통될 때, 프레임 템플릿형(춤을 따라하는 챌린지)과 의미 변화형(‘화려한 불빛이 나를 “싸악” 감싼다’는 비꼬는 의미로 사용) 등 다양한 방식으로 사용되기 때문에 하나로 통일할 수 없었다. 따라서 배타성을 가진 분류가 어렵다고 판단하여 코더와 논의 끝에 해당 분류를 중단하고 5개 유형으로만 분류를 완료하였다.

이 중 상호텍스트성을 나타내는 비윤리 라벨의 성적 의미의 경우, 밈 발생 초기에는 선정적인 내용의 비윤리성이 주를 이루었으나 2010년 중반 이후 젠더 갈등이 본격화되면서 관련한 밈이 늘어나 해당 내용을 합쳐 성적 의미/젠더 갈등으로 분류하였다. 성적 의미와 젠더 갈등은 우리나라의 사회적 맥락에서 중요한 쟁점이 되는 유형의 비윤리 라벨이기 때문에 다른 모든 비윤리 라벨에 우선하여 분류하였다. Knobel과

Lankshear(2005)의 밈 분류의 여러 유형은 엄격히는 비윤리성을 전제한 분류지가 아니지만, 조롱하거나 상대를 우스꽝스럽게 인지시킴으로써 유머를 발생시키는 유형을 통합하는 과정에서 회화화로 별도 개념화시켰다. 2000년대 인터넷 문화 초기 합성요소의 배포와 확산 과정에서 해당 대상에 대한 분노와 혐오 표현으로 보기는 어려우나 조롱의 요소가 있어 윤리적으로 논쟁의 소지가 될 수 있는 항목들이 있으므로 대상의 행동에 기반했는지 여부를 토대로 회화화와 비난/비하를 구분하였다. 비난/비하의 경우 2000년대 이후 대두된 정치 갈등과 혐오 표현 확산의 측면에서 우리나라 밈의 중요한 요소로 여겨지는데, 특정한 대상을 두고 있다면 비난/비하로, 불특정한 표현이라면 반사회적 의미로 압축하였다.

더불어 시간적·주제적 맥락을 파악하기 위해 추가한 발생연대는 가급적 구체적인 일자까지 수집한 후, 우리나라에 인터넷이 보급되고 인터넷 문화가 태동하기 시작한 1990년대 후반을 기점으로 하여 10년 단위로 분류하였다. 주제 분야는 해당 주제가 대중에게 확산되는 시점, 즉 뉴스 보도를 기점으로 파악하기 위해 보도 분류를 기준으로 분류하였는데 보도 분류에 명확히 해당하지 않는 일상 담화나 뉴미디어 위주의 소통을 인터넷참여와 서브컬처를 신설해 별도 분류하였다.

이상을 토대로 10월 8일 연구자와 코더의 분류 작업이 모두 완료되었다. 1개의 밈 당 5개의 분류가 실시되었으므로, 코더 간 일치도를 파악하기 위하여 1개 밈별 일치도 평균을 비교하였다. 코더간 특정 밈의 5개 분류가 모두 일치할 경우 100%, 4개 분류가 일치할 경우 80% 등으

로 일치도를 산정하였다. 그 결과 830개 밈의 평균 일치도는 91%로, 1개 밈을 분류할 때 코더와 연구자가 5개 중 4.56개의 값을 동일하게 부여한 것으로 나타났다. 또한 각 분류별로는 유래가 92%, 비윤리 라벨이 67%, 매체가 99%, 발생연대가 100%, 주제가 98%의 일치도를 보이는 것으로 나타났다. 모든 분류에서 코더와 연구자가 90% 이상의 일치도를 보였으나 비윤리 라벨의 경우 67%의 일치도를 보였다. 비일치하는 분류에 대해 결과를 비교하고 논의 과정을 거쳐 11월 2일 데이터를 확정하였다. 최종 데이터의 일부 예시는 다음 〈그림 1〉과 같다.

3.4 분석방법

이 연구는 우리나라 밈의 사회문화적 맥락을 반영한 다각적 유형화를 실시하고자 하므로, 정성적 특성을 선행연구에 근거하여 정량화시키는 과정을 거쳤기 때문에 실제 분류 결과의 해석이 선행연구의 정성적 분석과 일치하는지 파악하기 위해서 빈도분석을 실시하였다. 또한 다양한 선행연구에서 매체 기반 분류의 중요성이 강조되었으므로(김병구, 2023b; Harvey & Palese, 2018; Marchenko & Zelenskaya, 2020; Moritz, 1995) 매체를 중심으로 다른 분류와의

관계를 살펴보기 위해 교차분석을 실시하였다. 또한 이 연구의 목적은 단지 하나의 분류지에 근거한 것이 아니라 여러 분류지가 일치하는 유형이 있는지를 파악해 우리나라 밈의 지형도를 파악하고자 함으로, 밈을 노드로, 밈과 각 분류의 일치 정도를 가중치 라인으로 설정한 비방향 가중치 네트워크 분석을 실시하였다. 데이터 정리 및 빈도분석과 교차분석의 도구로 SPSS 22와 Excel을, 네트워크 분석의 도구로 Pajek 6.01, VOSviewer 1.6.19를 사용하였다.

4. 분석결과

4.1 빈도분석

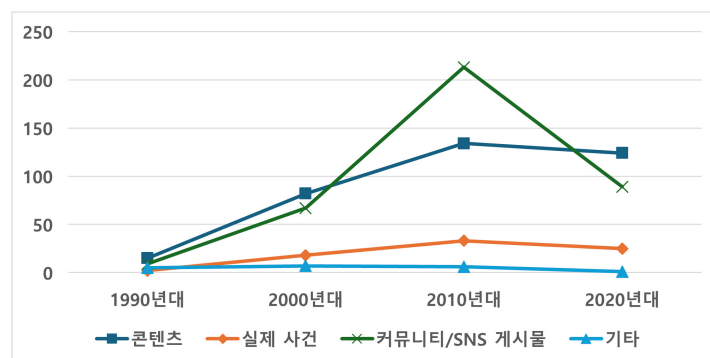
해당 밈의 원천이 발생한 연대에 따라 유래, 비윤리 라벨, 매체, 주제 빈도를 분석하였다. 먼저 발생연대별 밈 유래는 다음 〈표 3〉, 〈그림 2〉와 같다. 발생연대별로는 1990년대 31개(3.7%), 2000년대 174개(21%), 2010년대 386개(46.5%)로 증가하고 있으며, 2020년대는 조사 기간이 2024년까지이므로 239개(28.8%)지만 한 연대의 절반 이하에서 높은 발생량을 보이고 있으므로 지속적으로 증가할 것으로 보인다.

ID	밈 명칭	유래	비윤리 라벨	매체	발생연도	주제
1	11미터 모형탑 훈련	실제 사건	희화화	복합	2010년대	정치(국방 포함)
2	1. 들어올린다	커뮤니티/SNS 게시물	성적 의미/젠더갈등	언어-기타	2020년대	스포츠
3	1초만에 사람을 낚는 방법	커뮤니티/SNS 게시물	윤리성 판단 어려움	시각-짤방	2000년대	기타
4	10억을 받았습니다	콘텐츠	비난/비하	복합	2000년대	사회
5	141	커뮤니티/SNS 게시물	비난/비하	언어-축약어	2010년대	서브컬처
6	2번남	커뮤니티/SNS 게시물	비난/비하	언어-축약어	2020년대	정치(국방 포함)
7	3대500(언더아머 단속반)	커뮤니티/SNS 게시물	희화화	언어-기타	2010년대	스포츠
8	64 bits 32 bits 16 bits 8 bits 4 bits 2 bits 1 bit	콘텐츠	비난/비하	복합	2020년대	서브컬처
9	88848	커뮤니티/SNS 게시물	희화화	언어-축약어	2020년대	스포츠
10	○○ 문단속	콘텐츠	윤리성 판단 어려움	언어-파생/합성어	2020년대	서브컬처

〈그림 1〉 밈 분류 데이터

〈표 3〉 밈 발생연대별 유래 비교

연도	콘텐츠	실제 사건	커뮤니티/SNS	기타	총계
1990년대	15(1.8%)	2(0.2%)	9(1.1%)	5(0.6%)	31(3.7%)
2000년대	82(9.9%)	18(2.2%)	67(8.1%)	7(0.8%)	174(21%)
2010년대	134(16.1%)	33(4%)	213(25.7%)	6(0.7%)	386(46.5%)
2020년대	124(14.9%)	25(3%)	89(10.7%)	1(0.1%)	239(28.8%)
총계	355(42.8%)	78(9.4%)	378(45.5%)	19(2.3%)	830(100%)



〈그림 2〉 밈 발생연대별 유래 비교

유래로는 커뮤니티/SNS 게시물이 378개(45.5%), 영화나 광고, 유튜브 등 특정한 외부 콘텐츠가 355개(42.8%), 실제 사건이 78개(9.4%), 기타가 19개(2.3%)로 나타나 커뮤니티/SNS 게시물과 콘텐츠가 밈 전체의 대다수를 차지하는 것으로 나타났다. 단, 1990년대와 2000년대까지는 콘텐츠에서 유래한 밈이 가장 많았다면 2010년에는 커뮤니티와 SNS 게시물 유래 밈이 가장 많았다. 그러나 2020년대에는 다시 콘텐츠 유래 밈이 많아졌다. 2010년 전후로 페이스북, 트위터, 인스타그램을 중심으로 한 SNS 참여 확산이 반영된 것으로 해석된다. 반면 2020년에는 레거시 미디어와 유튜브 기반 뉴미디어의 경계가 허물어지고 틱톡 등 새로운 유형의 시각 및 영상 중심 콘텐츠 제작이 일반화되었다. 대표적으로 어린이 유튜버인 서이브의 노래 ‘마

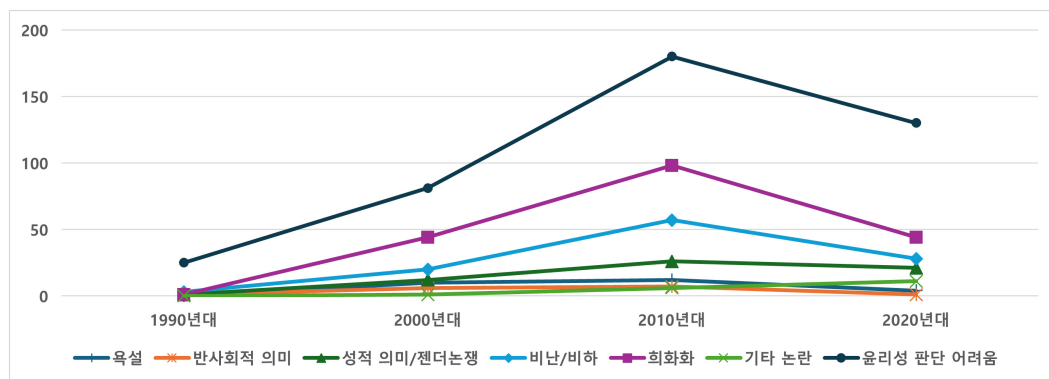
라탕후루’는 유행하는 음식인 마라탕과 탕후루를 주제로 만든 노래로, 약 2분의 짧은 노래길이와 중독성 있는 멜로디, 가사를 통해 숏폼 챌린지의 형태로 재생산되었다. 2010년대 커뮤니티와 SNS를 토대로 활발하게 형성된 프로슈머적 참여문화 양상이 콘텐츠 생산의 영역으로 확산되면서 챌린지 등 당초 ‘밈화’를 목적 자체로 둔 밈이 발생하는 현상으로 해석된다.

발생연대별 밈 비윤리 라벨은 다음 〈표 4〉, 〈그림 3〉과 같다.

비윤리적이라고 보기 어렵거나, 태동 시점과 활용 시점에서의 비윤리성이 상이한 경우, 연구자와 코더의 의견이 일치하지 않는 경우 등을 ‘판단 어려움’이라는 항목으로 별도 분류하였고 해당 항목이 416개(50.1%)로 가장 많았으며 모든 연대에서도 가장 많은 밈 유형으로

〈표 4〉 밈 발생연대별 비윤리 라벨 비교

연대	욕설	반사회적 의미	성적/젠더논쟁	비난/비하	희화화	기타 논란	판단 어려움	총계
1990년대	0(0%)	1(0.1%)	1(0.1%)	3(0.4%)	1(0.1%)	0(0%)	25(3%)	31(3.7%)
2000년대	10(1.2%)	6(0.7%)	12(1.4%)	20(2.4%)	44(5.3%)	1(0.1%)	81(9.8%)	174(21%)
2010년대	12(1.4%)	7(0.8%)	26(3.1%)	57(6.9%)	98(11.8%)	6(0.7%)	180(21.7%)	386(46.5%)
2020년대	4(0.5%)	1(0.1%)	21(2.5%)	28(3.4%)	44(5.3%)	11(1.3%)	130(15.7%)	239(28.8%)
총계	26(3.1%)	15(1.8%)	60(7.2%)	108(13%)	187(22.5%)	18(2.2%)	416(50.1%)	830(100%)



〈그림 3〉 밈 발생연대별 비윤리 라벨 비교

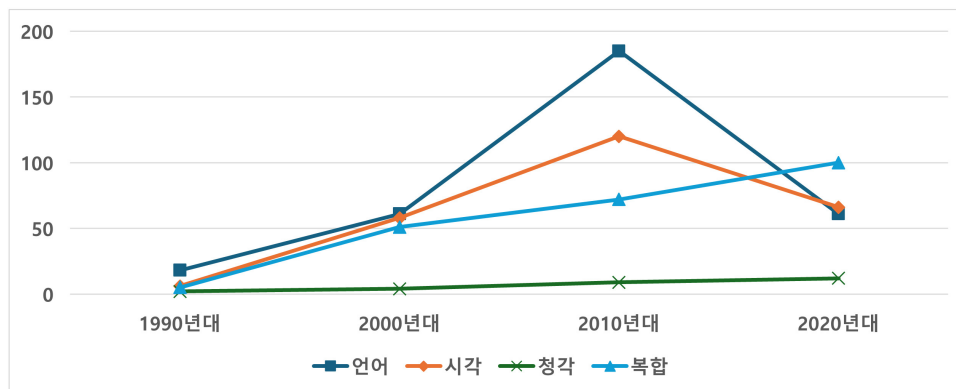
나타났다. 비윤리적인 밈으로 분류된 것 중 가장 많은 유형은 희화화(187개, 22.5%) 유형으로 특정 대상의 문제시되지 않는 행위를 근거 없이 웃음거리로 삼는 경우에 해당했다. 그 다음으로 특정 대상의 행위에 근거를 들어 비난 및 비하하는 비난/비하 유형(108개, 13%), 선정성을 가지고 있거나 젠더갈등에 근거한 비판/비난/혐오표현(60개, 7.2%) 등이었다. 희화화는 2000년대 초반 디시인사이드 등의 커뮤니티 사이트를 중심으로 합성요소와 짤방 등의 놀이문화가 확산되면서, 단지 시각적으로 재미있는 요소들을 결합하는 과정에서 상대에 대한 비판의 의도는 없으나 조롱의 의도가 포함되어 있던 움직임이 이어져 오고 있다. 비난/비하하는 특히 2000년대 후반의 정치 갈등과 노무

현 대통령에 대한 조롱 등의 혐오 정서가 확산되는 과정에서 희화화 다음으로 높은 수치로 등장하고 있다. 연대별로 뚜렷한 순위 변화는 나타나지 않았지만, 내부 비율로 성적 의미/젠더논쟁은 연도가 지날수록 지속적으로 상승하고 있으며 특히 2020년대가 절반이 지나지 않았음에도 2010년대에 발생한 성적 의미/젠더논쟁 밈이 그에 상응할 만한 수치에 도달했다. 연애경험이 많은 상대와의 결혼을 '설거지'에 비유하는 젠더갈등적 밈이 그 대표적인 예시이다. 2016년 이후부터 본격적으로 발생하기 시작한 젠더논쟁이 심화되는 현상을 반영한 것으로 해석된다.

발생연대별 밈 매체는 다음 〈표 5〉, 〈그림 4〉와 같다.

〈표 5〉 밈 발생연대별 매체 비교

연대	언어					시각			청각	복합	총계
	신어	축약어	파생/합성어	외래어	기타	짤방	합성요소	움짤/동작			
1990년대	18(2.2%)					6(0.7%)			2(0.2%)	5(0.6%)	31(3.7%)
	4(0.5%)	3(0.4%)	3(0.4%)	3(0.4%)	5(0.6%)	5(0.6%)	0(0%)	1(0.1%)			
2000년대	61(7.3%)					58(7%)			4(0.5%)	51(6.1%)	174(21%)
	12(1.4%)	9(1.1%)	20(2.4%)	1(0.1%)	19(2.3%)	45(5.4%)	11(1.3%)	2(0.2%)			
2010년대	185(22.3%)					120(14.5%)			9(1.1%)	72(8.7%)	386(46.5%)
	12(1.4%)	17(2%)	50(6%)	13(1.6%)	93(11.2%)	99(11.9%)	11(1.3%)	10(1.2%)			
2020년대	61(7.3%)					66(8%)			12(1.4%)	100(12%)	239(28.8%)
	5(0.6%)	4(0.5%)	13(1.6%)	2(0.2%)	37(4.5%)	50(6%)	2(0.2%)	14(1.7%)			
총계	325(39.2%)					250(30.1%)			27(3.3%)	228(27.5%)	830(100%)
	33(4%)	33(4%)	86(10.4%)	19(2.3%)	154(18.6%)	199(24%)	24(2.9%)	27(3.3%)			



〈그림 4〉 밈 발생연대별 매체 비교

언어 기반 밈이 325개(39.2%), 시각 기반 밈이 250개(30.1%), 시청각 등 복합 양식 밈이 228개(27.5%), 청각 기반 밈이 27개(3.3%)로 언어 기반 밈이 가장 많았다. 1990년대부터 2010년대까지는 언어 > 시각 > 청각 > 복합 순위가 그대로 유지되지만 2020년에 들어서 복합 > 시각 > 언어 > 청각 순으로 나타나 언어 매체보다 화상 의존성이 높은 복합 및 시각 매체 밈이 언어 매체를 추월하였다. 짤방, 합성요소, 움짤(gif) 등으로 대표되는 시각 밈은 커뮤니티 사이트, 특히 디시인사이드를 중심으로 우리나라

인터넷 참여문화를 형성해온 전통적인 밈 유형으로 원본의 의미 및 맥락과의 단절과 통해 독자적인 놀이문화를 형성한다(김경수, 2023). 이러한 놀이문화가 틱톡과 쇼츠 등 숏폼 콘텐츠로 대체되면서 매체 중요도가 변화한 것으로 해석된다. 2020년 발표된 가수 ZICO의 노래 '아무노래'의 일부 안무를 약 50초 정도 따라 추는 '아무노래 챌린지'는 동영상이라는 복합 매체의 대중화를 의미하는 대표적인 밈이다. 시각 매체에서 움짤/동작 밈의 개수는 연도가 갈수록 증가하는 반면, 정지 화상에서 별도의 소스를 추출

해 다른 소스와 결합시키는 합성요소는 2020년대 들어서는 감소하고 있다.

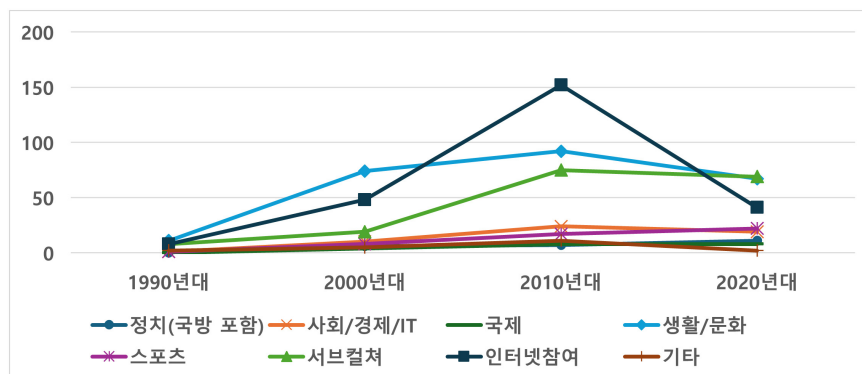
발생연대별 밈 주제는 다음 <표 6>, <그림 5>와 같다.

특정 주제 없이 커뮤니티와 SNS 상에서의 의사소통 과정에서 자연발생한 인터넷참여 밈이 249개(30%), TV프로그램·광고·영화·연예 등 콘텐츠 생산과 관련된 생활/문화 밈이 244개(29.4%), 게임과 오타쿠 문화 등 제한적 집단 내에서 향유되는 서브컬처 밈이 171개(20.6%)로 3개 주제가 80%를 차지하고 있었다. 이 중 생활/문화는 2000년대까지는 가장 많은 주제의 밈이었으나 2010년대 커뮤니티와 SNS가 활성화되던 시기 인터넷참여 밈보다 낮아졌다, 2020년대 1인 미디어와 콘텐츠 생산량

이 증가하면서 다시 상위권에 자리잡았다. 서브컬처는 향유 장르에 따라 파편화된 소수집단이 폐쇄적으로 즐기는 문화였으나 2010년대 증가하기 시작하였다. 특히 기존에는 레거시 미디어와 뉴미디어에서 수용 및 소통되는 주제 분야가 명백히 구분되어 있었으나 2020년대에 두 미디어가 혼재되기 시작하면서 경계가 허물어지기 시작한 것으로 보인다. 예컨대 아동용 애니메이션 포켓몬스터의 띠부실(스티커)을 포함한 ‘포켓몬빵’은 기존까지 아동이나 일부 매니아층을 대상으로 유통되는 상품이었으나, 2022년에는 연령대와 선풍적인 인기를 끌며 관련 제품을 구하기 어려울 정도로 인기를 끌었던 바 있다.

<표 6> 밈 발생연대별 주제 비교

	정치	국제	생활/문화	스포츠	서브컬처	인터넷참여	기타	사회/경제/IT	총계
1990년대	0(0%)	0(0%)	11(1.3%)	1(0.1%)	8(1%)	8(1%)	2(0.2%)	1(0.1%)	31(3.7%)
2000년대	11(1.3%)	8(1%)	67(8.1%)	22(2.7%)	69(8.3%)	41(4.9%)	2(0.2%)	19(2.3%)	239(28.8%)
2010년대	6(0.7%)	4(0.5%)	74(8.9%)	8(1%)	19(2.3%)	48(5.8%)	5(0.6%)	10(1.2%)	174(21%)
2020년대	7(0.8%)	8(1%)	92(11.1%)	17(2%)	75(9%)	152(18.3%)	11(1.3%)	24(2.9%)	386(46.5%)
총계	24(2.9%)	20(2.4%)	244(29.4%)	48(5.8%)	171(20.6%)	249(30%)	20(2.4%)	54(6.5%)	830(100%)



<그림 5> 밈 발생연대별 주제 비교

4.2 교차분석

전술하였듯 매체는 밈의 특성 중 하나인 다중 양식성을 반영하는 주요한 분류 요소이다. 따라서 매체를 기준으로 다른 분류 유형과 일치하는지 여부를 판단하기 위해 매체와 유래, 매체와 비유리 라벨, 매체와 주제 등 3개의 교차분석을 실시하였다. 결과는 다음 <표 7>과 같다.

3개 유형의 교차분석이 모두 통계적으로 유의미하다고 나타났다. 기대빈도는 총합을 기준으로 해당 항목들의 연관성이 없다는 전제 하에 나타날 수 있는 비율이다. 이 중 기대빈도와

빈도가 50% 이상 차이가 남으로써 격차가 발생하는 문항들은 굵은 글씨로 표기하였다. 먼저 매체와 유래의 관계에서 언어와 콘텐츠, 시각과 기타, 청각과 실제 사건, 복합과 커뮤니티/SNS가 기대빈도에 비해 빈도가 낮았고, 언어와 기타가 기대빈도에 비해 빈도가 높았다. 콘텐츠는 TV, 유튜브, 영화 등 주로 화상 매체에서 특정 요소를 차용하며 발생하는데, 이 때 특정 요소를 차용할 때 다양한 복합양식을 전달할 수 있는 인터넷 환경의 특성이 해당 양식을 소위 짤방, 합성요소, 움짤, 비디오로 환원할 수 있기 때문이다. 반면 커뮤니티나 SNS에서는 일부

<표 7> 국내 밈 유형별 교차분석

항목		빈도(기대빈도)					$\chi^2(p)(df)$
		언어	시각	청각	복합	총계	
유래	콘텐츠	55(139)	111(106.9)	21(11.5)	168(97.5)	355	219.335 (.000) (df=9)
	실제 사건	27(30.5)	29(23.5)	1(2.5)	21(21.4)	78	
	커뮤니티/SNS	227(148)	109(113.9)	4(12.3)	38(103.8)	378	
	기타	16(7.4)	1(5.7)	1(0.6)	1(5.2)	19	
	총계	325	250	27	228	830	
비유리 라벨	욕설	14(10.2)	6(7.8)	1(0.8)	5(7.1)	26	66.411 (.000) (df=18)
	반사회적 의미	5(5.9)	7(4.5)	1(0.5)	2(4.1)	15	
	성적/젠더논쟁	31(23.5)	17(18.1)	2(2)	10(16.5)	60	
	비난/비하	69(42.3)	24(32.5)	2(3.5)	13(29.7)	108	
	희화화	47(73.2)	75(56.3)	3(6.1)	62(51.4)	187	
	기타 논란	6(7)	4(5.4)	0(0.6)	8(4.9)	18	
	판단 어려움	153(162.9)	117(125.3)	18(13.5)	128(114.3)	416	
	총계	325	250	27	228	830	
주제	정치	5(9.4)	10(7.2)	2(0.8)	7(6.6)	24	161.168 (.000) (df=21)
	사회/경제/IT	24(21.1)	18(16.3)	0(1.8)	12(14.8)	54	
	국제	4(7.8)	6(6)	1(0.7)	9(5.5)	20	
	생활/문화	55(95.5)	69(73.5)	15(7.9)	105(67)	244	
	스포츠	18(18.8)	17(14.5)	1(1.6)	12(13.2)	48	
	서브컬처	42(67)	70(51.5)	6(5.6)	53(47)	171	
	인터넷참여	163(97.5)	57(75)	2(8.1)	27(68.4)	249	
	기타	14(7.8)	3(6)	0(0.7)	3(5.5)	20	
	총계	325	250	27	228	830	

특수한 유형의 SNS(인스타그램, 틱톡 등)을 제외한다면 게시글과 댓글의 언어적 소통 구조가 마련된다. 따라서 복합 매체는 콘텐츠 유래 밈의 생산에, 언어 밈은 커뮤니티/SNS 밈의 생산에 유용함을 시사한다. 앞서 언급된 비의 노래 〈깡〉과 그 뮤직비디오가 전자의 대표적인 예시에 해당하고, 유료 아이템에 관련해 불만을 가진 게임 커뮤니티의 유저들에게 ‘누가 [아이템을 구입하라고] 칼들고 협박했어?’라고 조롱하는 댓글들에서 기인한 ‘누칼협’ 같은 밈이 후자에 해당한다.

매체와 비유리 라벨의 관계에서는 복합 매체에서 반사회적 의미와 비난/비하가 기대빈도에 비해 빈도가 낮았다. 불특정 다수에 대한 위협과 비난을 던지는 반사회적 의미와, 특정 대상의 행위를 근거로 제시하는 비난/비하는 주로 언어적 혐오표현 방식으로 드러나기 때문이다. 마지막으로 매체와 주제의 관계에서는 청각 매체와 정치가 기대빈도에 비해 빈도가 높았고, 복합 매체와 인터넷 참여가 기대빈도에 비해 빈도가 낮았다. 인터넷참여는 커뮤니티/SNS 게시물 유형과 밀접하게 관련되는데, 전술하였듯 인터넷 참여문화의 소통 양식은 게시글과 댓글 형식의 언어적 교환 형식이기 때문인 것으로 보인다. 앞서 언급된 ‘결혼하지마’ 같은 밈이 커뮤니티의 게시물이었다가 그 댓글에서 ‘왜?’라고 달리고, ‘그냥 하지 마 XXXX야’라는 원 글 작

성자의 답변으로 이어졌던 것과 같은 사례가 이에 해당한다.

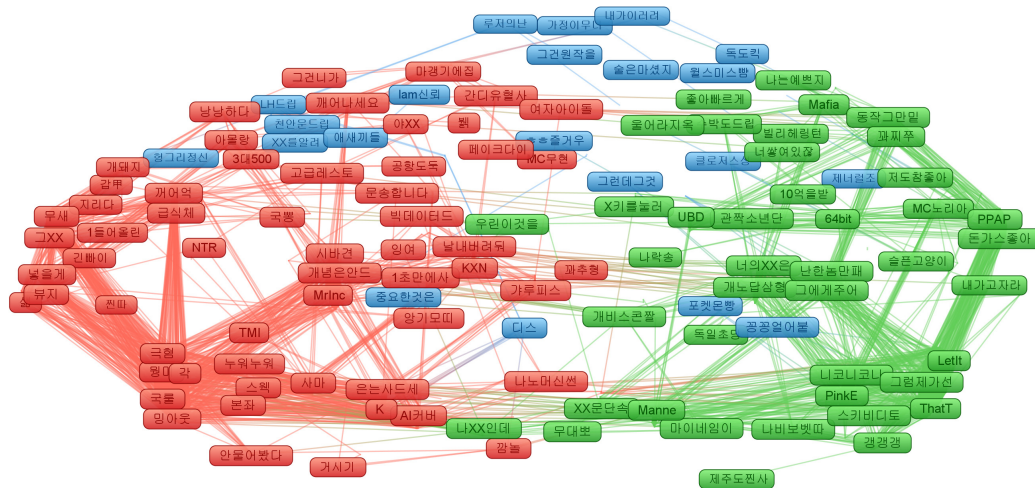
4.3 네트워크 분석

우리나라 밈의 다각적 유형을 파악하기 위해 네트워크 분석을 실시하였다. 이 네트워크 분석은 단지 특정한 매체나, 주제 등 하나의 분류에만 일치할 뿐 아니라 여러 가지의 유형이 복합적으로 일치하는지 확인하고, 그 복합적인 일치 유형이 무엇인가를 추출해내기 위한 목적에서 실시되었다. 따라서 이 네트워크에서의 노드는 밈이고, 라인은 발생연대를 제외한 유형 4가지(유래, 비유리 라벨, 매체, 주제)의 일치도이다. 즉 밈과 밈이 유래, 비유리 라벨, 매체, 주제 등 모든 유형이 일치할 경우 라인 가중치는 4가 되고, 두 밈 간에 일치하는 유형이 없을 경우 라인은 이어지지 않는다. 해당 원칙에 따라 Pajek 6.01과 VOSviewer 1.6.19를 사용하여 분석한 국내 밈의 비방향 가중치 네트워크는 다음 〈표 8〉, 〈그림 6〉과 같다.

규모, 즉 밈의 개수는 830개고 연결정도의 합은 250,556, 평균 연결정도는 603.7494였다. 비방향 가중치 네트워크이므로 해당 연결정도는 가중치가 반영되어 적용된 것이다. 따라서 하나의 밈이 다른 밈과 가지는 가중치의 총합이 평균 603개로, 다른 밈과 동일한 유형을 공유하

〈표 8〉 국내 밈 유형 네트워크 개요

규모	연결정도		표준화 밀도	클러스터링 계수		집중성		
	연결 정도	평균 연결정도		Watts-Strogatz CC	가중평균 CC	연결	근접	매개
830	250,556	603,7494	0,7283	0,8009	0,7974	0,1696	0,2301	0,0003



〈그림 6〉 국내 밈 네트워크

는 경우가 603개임을 의미하며 가중치가 1에서 4이기 때문에 평균적으로 150개~603개의 밀과 연결관계가 있음을 시사한다. 표준화밀도는 0.7283으로, 가능한 연결관계 대비 72.8%의 연결관계가 있으므로 밀집한 연결성을 지니는 것으로 나타났다. 연결집중성(degree centralization)은 0.1696, 근접집중성(closeness centralization)은 0.2301, 매개집중성(betweenness centralization)은 0.0003으로 나타났다. 특히 매개집중성이 매우 낮게 나타났는데, 이는 전체 네트워크 연결이 고르게 연결된 것이 아니라 특정 노드를 중심으로 이뤄지고 있음을 의미하며, 가중평균을 반영한 클러스터링 계수와 반영하지 않은 클러스터링 계수가 0.8009와 0.7974로 거의 동일하기 때문에 서브네트워크의 크기와 무관하게 서브네트워크를 구성하는 연결관계 패턴이 비슷함을 나타낸다. 특정 유형을 가진 네트워크가 서로 밀집해있음을 시사하는 것이다.

네트워크 분석 도구인 VOSviewer는 클러스터링을 위해 연관성 강도(association strength)

를 사용하는데 자카드 계수나 코사인 계수를 사용한 클러스터링보다 시각적으로 명확한 클러스터링을 제시한다(van Eck & Waltman, 2010, 531). 이를 사용해 도출한 클러스터링은 3개로 나타났다. 첫째, 〈그림 5〉의 좌측 빨간색에 해당하는 클러스터로 393개의 밈이 포함된다. ‘급식제’, ‘고인물드립’, ‘기둥 뒤에 공간있어요’ 등 인터넷 참여문화에 기반하여, 커뮤니티나 SNS의 소통 과정에서 자생적으로 생겨난 밈이 주로 포함되었다. 둘째, 〈그림 5〉의 우측 녹색에 해당하는 클러스터로 357개의 밈이 포함되었다. ‘MBTI’, ‘UBD’, ‘개노답삼형제’, ‘X키를 눌러 조의를 표하십시오’ 등 주로 기존 콘텐츠에 있는 표현의 맥락을 응용한 밈들이 포함되었다. 셋째, 〈그림 5〉의 상단 파란색에 해당하는 클러스터로 80개의 밈이 포함되었다. 이들은 상호 간 유사성으로 근접성이 확보된 밈이라기보다 첫째 클러스터와 둘째 클러스터 양쪽의 근접성이 약하기 때문에 만들어진 클러스터로 산발적으로 흩어지는 양상을 보인다.

클러스터링 분석 결과로는 국내 밈이 3가지 유형으로 압축되었지만, 밈 분류 데이터에서 밈 분류가 정확히 일치함으로써 도출될 수 있는 유형을 추출하고자 하였다. 따라서 완전연결 서브그래프, 즉 클릭(clique)을 별도로 추출하여 추가 분석을 실시하였다. 여기에서 완전연결이란 라인의 가중치가 최대값(4)인 경우를 일컫는다. 즉 밈과 밈 간 유래, 비유리 라벨, 매체, 주제가 모두 일치하는 경우가 아니고 3개만 일치하거나 2개, 1개만 일치하는 모든 라인을 제거하였다. 그 결과 네트워크가 총 210개의 고립 네트워크로 분할되었다. 이 중 105개(50%)의 고립 네트워크가 노드 1개로만 이루어져 있었고, 노드가 가장 많은 상위 16개(7.6%)의 고립 네트워크에 428개(51.6%)의 밈이 포함되었다. 즉 우리나라 밈은 총 210가지 유형으로 나뉘며 그 중 105개 유형에는 단지 1개의 밈이 포

함되어 있고, 주요 밈은 16개 유형으로 식별될 수 있음을 시사한다. 따라서 해당 16개의 유형을 다음 <표 9>와 같이 도출하였다.

매체는 언어, 시각, 복합 매체, 유래는 커뮤니티/SNS와 콘텐츠, 비유리 라벨은 판단이 어렵거나 희화화, 비난/비하, 성적/젠더논쟁, 주제는 인터넷참여와 생활/문화, 서브컬처, 스포츠가 주요 유형에서 등장했다. 가장 빈번하게 등장하는 최상위 2개 유형은 '언어-커뮤니티/SNS-판단 어려움-인터넷참여-평균 2009년 전후'와 '복합-콘텐츠-판단 어려움-생활/문화-평균 2011년 전후'였다. 이들은 밈의 특성인 참여문화적인 특성과, 기존에 존재하는 콘텐츠에 대한 변형 및 확장이라는 두 가지 특성을 반영한다. 1번 유형은 밈의 기반이 다중양식을 공유할 수 있는 환경적 조건이더라도 근본적인 소통 양식은 언어임을 시사하며, 이는 선행연구들에서 밈

<표 9> 국내 밈 주요 유형

유형번호	밈 개수	%	누적%	매체	유래	비유리 라벨	주제	발생연대*	분류
1	67	8.1%	8.1%	언어	커뮤니티/SNS	판단 어려움	인터넷참여	2009	A
2	61	7.3%	15.4%	복합	콘텐츠	판단 어려움	생활/문화	2011	B
3	33	4.0%	19.4%	시각	커뮤니티/SNS	판단 어려움	인터넷참여	2008	C
4	33	4.0%	23.4%	시각	콘텐츠	희화화	생활/문화	2007	C
5	31	3.7%	27.1%	언어	커뮤니티/SNS	비난/비하	인터넷참여	2008	A
6	30	3.6%	30.7%	복합	콘텐츠	희화화	생활/문화	2007	D
7	28	3.4%	34.1%	복합	콘텐츠	판단 어려움	서브컬처	2016	B
8	23	2.8%	36.9%	시각	콘텐츠	판단 어려움	서브컬처	2008	C
9	20	2.4%	39.3%	시각	콘텐츠	판단 어려움	생활/문화	2007	C
10	18	2.2%	41.4%	언어	커뮤니티/SNS	성적/젠더논쟁	스포츠	2010	A
11	17	2.0%	43.5%	언어	커뮤니티/SNS	판단 어려움	생활/문화	2009	A
12	17	2.0%	45.5%	언어	커뮤니티/SNS	성적/젠더논쟁	인터넷참여	2011	A
13	13	1.6%	47.1%	시각	커뮤니티/SNS	판단 어려움	서브컬처	2014	C
14	13	1.6%	48.7%	언어	콘텐츠	판단 어려움	생활/문화	2008	D
15	12	1.4%	50.1%	언어	커뮤니티/SNS	판단 어려움	서브컬처	2008	A
16	12	1.4%	51.6%	복합	커뮤니티/SNS	판단 어려움	인터넷참여	2013	B

* 각 연대를 연도로 치환하여 평균

의 언어적 특성에 초점을 맞췄던 것과 무관하지 않다(박광길, 2020; 이대규, 이찬규, 2023; 장경현, 2023; 2024). 반면 복합적인 콘텐츠를 대상으로 생활/문화 분야 주제에서의 밈은 2020년대 전후로 인스타그램, 틱톡 등 복합 매체 중심의 SNS가 자리잡기 시작하면서 손쉽게 복합 매체를 생산할 수 있는 환경과 유튜브와 같은 뉴미디어의 영향력 및 파급력이 강화되기 시작하는 것과 관련 있다. 특히 팬덤 분야에서 발생하는 챌린지, 리액션, 커버, 패러디, 직캠과 같은 유형의 밈은 단순한 언어 담화를 넘어선 참여형 놀이문화로서 의미 있다(우지혜, 변혁, 2021; 최순옥 외, 2020). 나아가 기존엔 레거시 미디어에 대한 패러디가 콘텐츠 유래의 생활/문화 주제 복합 밈의 주류를 이루었다면(여러분 모두 부자되세요, 열심히 일한 당신 떠나라 등) 틱톡이나 릴스 등 숏폼 콘텐츠의 확산에 따라 원본 콘텐츠의 패러디 뿐만 아니라 그 자신이 틱톡이나 릴스에서 태어난 원본 밈으로서 자리 잡는 경우(마라탕후루 등) 또한 최근에 확산되고 있다는 점에서 새로운 변화가 이루어지고 있는 것으로 보인다.

시각 매체의 경우 언어 매체보다 자극적이지만 유통이 복잡한 반면, 복합 매체보다는 덜 자극적이지만 유통이 쉽다는 관점에서 언어 밈과 복합 밈의 중간적 역할을 수행하고 있다. 한편으로는 이러한 시각 밈은 2000년대 초반부터 짤방, 합성요소, 움짤(GIF) 등으로서 독자적 인터넷문화를 태동시키고 확산시키는데 기여했기 때문에 상대적으로 평균 발생연대가 2007~2008년으로 빠르다. 예외는 13번의 '시각-커뮤니티/SNS-판단 어려움-서브컬처' 유형인데, 콘텐츠를 그대로 응용하는 것이 아니라 해당 콘

텐츠를 커뮤니티와 SNS에서 향유하며 특수한 맥락이 발생하는 경우로 커뮤니티와 서브컬처 문화가 일반화되는 흐름을 보여준다. 해당 유형의 예시로, '몰?루'라는 밈은 게임 블루 아카이브의 캐릭터를 그린 그림에 '몰?루'라는 표현을 그린 일종의 이모티콘(움짤, gif)으로, 시각적 이미지로 전달되지만 게임 원본의 영상이나 캐릭터가 아니라 해당 게임을 향유하는 커뮤니티에서 게임의 캐릭터를 패러디해 그린 이모티콘과 글자가 결합되어 서브컬처 주제이지만 커뮤니티와 SNS에서 향유 활동을 토대로 한 시각 밈이다. 사회문화적 맥락을 검토함에 있어서 커뮤니티/SNS 기반의 언어적 참여 밈과 콘텐츠 기반의 복합 놀이 밈의 특성을 공통으로 공유하고 이를 근거할 수 있는 밈 유형으로 보인다.

또 하나 주지할 점은 비윤리 라벨이다. 4번, 6번, 10번, 12번 유형은 회화화와 성적/젠더논쟁이라는 비윤리 라벨과 관련된 유형이다. 이중 3개 유형이 언어, 커뮤니티/SNS에 해당한다. 이는 인터넷 참여문화가 가진 긍정적 측면과 더불어 해로운 외재성으로 우려되는 윤리적 측면과 무관하지 않다. 밈은 수많은 정보가 난립하는 환경 속에서 자신의 생존을 위해 주목을 필요로 하기 때문에 유머와 관련하지만 주목경제로서의 논리는 합리적인 판단이 아니라 정서적 분위기에 의존하기 쉬워 윤리성을 고려하지 않고 재생산될 수 있는 위험이 있다(박상권, 2023; 조동기, 2016).

이를 종합하면 총 4가지의 유형으로 우리나라 밈의 주요 유형을 재분류할 수 있다. 첫째, 일상 언어 밈(A)이다. 이 유형은 2010년대의 커뮤니티/SNS에서 일상적 소통 과정 중에 강화된 언

어 밈(1, 5, 10, 11, 12, 15)으로, 해당 커뮤니티나 SNS의 고유한 맥락이나 상황, 사건이 함의되어 있는 경우이다. 커뮤니티/SNS, 언어, 인터넷참여가 각각 유형에서 2010년에 제일 많은 유형이며, 밈 주요 유형 분류에서도 언어-커뮤니티/SNS-판단 어려움-인터넷참여 밈이 가장 많은 밈에 해당하는 유형이었다. 교차분석에서도 언어 매체와 커뮤니티/SNS 게시물 유래의 관계, 복합 매체와 콘텐츠 유래의 관계가 나타났다.

둘째, 2020년대의 뉴미디어 콘텐츠 기반의 놀이문화적 복합 밈(B)이다. 이 밈은 기성 레거시 미디어의 콘텐츠의 패러디, 리액션, 커버, 참여, 챌린지 등의 놀이 방식으로 이뤄지거나 그 자체로 새로운 뉴미디어 콘텐츠 원본으로써 작동한다(2, 7, 16). 2020년대에 복합 매체와 콘텐츠 유래가 가장 많은 유형이었고, 이러한 특정 기성 콘텐츠를 주제로 한 생활/문화 주제와 서브컬처 주제도 2020년에 확산되었다. 이는 인스타그램, 유튜브, 틱톡 등 시각과 영상 기반 SNS가 확산 및 보편화되고 해당 콘텐츠를 생산할 수 있는 기술적 환경이 보편화되는 것과 무관하지 않다.

셋째, 인터넷문화 초기의 시각 밈(C)으로, 2000년대 우리나라 인터넷 문화 초기에 주로 등장했던 시각 밈(3, 4, 8, 9, 13)들이다. 커뮤니티/SNS 기반의 인터넷참여를 통해 응용되고 확산되었지만 그 변형의 기본 소스를 기존의 콘텐츠에서 가지고 오면서 생활/문화적인 주제도 공유하고 있다. 인터넷 생성 초기 폐쇄적 소규모 커뮤니티에서 공유되었던 서브컬처 문화도 포함되어 있다는 점에서, 앞선 2가지 유형의 밈의 특성을 모두 공유하며 우리나라 밈을 형

성시키는 전통적인 유형으로 이해할 수 있다.

넷째, 레거시 미디어 기반의 패러디 밈(D)으로, 광고나 드라마 등 특정 장면이나 상황에서 유래된 유행어 등으로 주로 레거시 미디어에서 소비되는 콘텐츠 밈(6, 14)이다. 대표적으로 인도의 노래를 우리나라 가사로 음독하고, 해당 영상에 췌소가 등장해 춤을 추는 플래시 영상을 그려 덧붙이면서 확산된 ‘똥흙송’ 밈(6번 유형)과 영화 ‘다크나이트’의 조커 캐릭터의 대사에서 기인한 ‘Why so serious?’ 밈(14번 유형)이 있다. 디지털 환경이 보편화 및 정착되지 않았던 2000년대 초반부터 지금까지 간헐적으로 유통되고 있다.

5. 결론

이 연구는 우리나라 밈의 주요 유형을 사회문화적 맥락에 근거하여 도출해냄으로써 리터러시 교육 도구로서 기초자료를 마련하는 것이다. 이를 위해 이 연구는 밈의 유형화에 대한 선행 연구를 검토하였다. 밈은 유전자의 생존 방식인 장수, 다산, 복제의 정확성을 공유하는 문화적 자기복제자이지만 이 중 복제의 정확성 매커니즘을 모방 매커니즘으로 바꿔 변형과 왜곡을 생존에 수반되는 필연적 조건으로 삼는 독특한 자기복제자이다. 모방 매커니즘은 인터넷 환경으로 인하여 밈의 특성을 더욱 강화시켰고, 변형, 다중양식성, 상호텍스트성이라는 특성을 강화시켰다. 이러한 기술환경적 영향으로 인해 밈의 유형화는 주로 매체 기반으로 수행되었다. 그러나 상호텍스트로서의 성질과 변형 양상이라는 두 가지의 특성을 살펴보기 위해서 재생산 방식,

유래, 비유리 라벨, 주제, 발생 연도를 밈의 속성으로 부여함으로써 밈이 가지는 특성을 다각적으로 분석할 수 있다. 이 연구는 선행연구에 근거하여 우리나라의 밈 830개를 대상으로 유래, 비유리 라벨, 매체, 발생연대, 주제 등 5개의 속성을 분류하였다.

5가지 속성을 다각적으로 분석한 결과, 우리나라의 밈은 210개의 유형으로 나뉘지만 그 중에서 51.6%의 밈이 16개 유형에 포함되는 것으로 나타났다. 이 16개 유형은 매체와 유래, 우리나라의 사회적 맥락에 근거하여 일상 언어 밈, 뉴미디어 콘텐츠 기반의 놀이문화적 복합 밈, 인터넷문화 초기의 시각 밈, 레거시 미디어 기반의 패러디 밈 등 4가지로 분화될 수 있다. 우리나라의 사회문화적 환경을 고려했을 때 레거시 미디어 기반의 패러디 밈 > 인터넷문화 초기의 시각 밈 > 일상 언어 밈 > 뉴미디어 콘텐츠 기반의 놀이문화적 복합 밈으로 발전해가는 양상을 확인할 수 있으며, 이러한 양상은 중심화된 커뮤니티 사이트에서 탈중심화된 SNS 기반으로의 변환, SNS의 발달 및 확산, SNS의 매체별 세분 및 다양화와 무관하지 않다.

이상의 결과는 밈을 사용한 다양한 리터러시 교육의 범위를 심화하는데 기여할 것이다. 구체적으로 밈 유형화를 접목시킨 리터러시 교육을 통해 사회문화적 맥락에 따른 밈의 유형별로 구체적인 생산과 활용 양상의 탐색이 가능하다. 대표적으로 일상 언어 밈과 뉴미디어 콘텐츠 기반의 복합문화 밈은 밈이 생산되고 그 밈이 채택 및 확산되는 양상이 다르다. 이 두 가지 양상을 비교하면 서로 다른 유형의 디지털 소통 과정을 이해할 수 있다. 기존의 리터러시 교육 과정에서는 특정한 밈 하나를 사례로

두고 분석하면서 밈의 맥락을 이해하는 방식이 주류였다면, 밈의 유형화를 함께 도입하면 밈이 태동한 사회문화적 환경과 어떻게 상호작용하는지를 서로 비교할 수 있다. 이는 밈을 사용한 리터러시 교육이 단순히 밈이라는 정보자원에 익숙해지는 것에서 그치는 것이 아니라 밈을 토대로 디지털 기반 정보환경에서 소통의 여러 유형을 체득하도록 리터러시 교육의 외연을 확장하는 데 활용될 수 있다.

이 연구의 한계는 다음과 같다. 첫째, ‘밈’으로 사람들이 인식한 특정 범주의 밈을 수집했기 때문에 우리나라 밈의 전체를 검토했다고 보기는 어렵다. 연구자들이 연구에 사용한 밈만을 분석한 홍소람(2023)의 연구나, 기사에서 밈으로 보도된 밈을 연구 대상으로 삼은 오서현(2021)의 연구처럼 공식적인 공간에서 ‘밈’으로 지정했다는 한계가 있고, 박인성(2022)은 포털과 기관(또는 홍소람(2023)의 연구처럼 연구자)에서 지정한 밈으로 분류한다는 것이 밈 자체가 가진 서브컬처적 역동성을 포괄할 수 없다고 지적한 바 있다. 다만 이 연구는 인터넷 문화의 참여문화적 특성을 반영하기 위해 밈 리스트를 국내 최대 서브컬처 기반 위키인 나무위키에서 도출했으므로 선행연구의 한계가 보완될 수 있을 것으로 기대한다.

둘째, 밈 분류자가 연구자와 코더 1인 등 2인으로 한정되어 있었다는 점이다. 특히 비유리 라벨에서 연구자와 코더의 입장이 상이한 경우가 발생하였으며, 지속적인 논쟁 끝에도 의견이 합의되지 않은 경우 ‘판단 어려움’으로 분리하였다. 이 ‘판단 어려움’ 항목이 전체 밈의 절반에 해당하는 416개(50.1%)였기 때문에, 향후 연구에서는 밈의 윤리에 대한 숙고가 필요하다.

특히 밈의 사용 윤리는 밈이 가지는 주목성이 가지는 맹점으로 리터러시와 밀접한 관계를 가진다. 일상 언어 밈은 주요 유형에서 가장 다양하게 등장하는데, 명확하게 비윤리적이라고 확정된 유형이 일상 언어 밈이었기 때문이다. 즉 타인의 주목을 받기 위해 자극적인 발화를 사용하는 과정에서 윤리성이 배제될 수 있다는 점에서 밈의 이해는 단순히 어떤 밈을 보고 이해하는 관점 뿐만이 아니고 스스로가 밈의 생산자가 될 수 있음을 염두에 두고 윤리성을 고려해야 함을 의미한다.

이 결과는 인터넷 상에서의 소통에서 가장 기

본이 되는 도구가 밈이기 때문에 리터러시 학습 동기를 불러일으킬 수 있지만, 그러한 학습동기를 통해 이끌어나가는 것이 기술적·개념적 측면에만 국한될 수 없다는 점을 시사한다. 밈의 윤리성은 ‘이 밈은 비윤리적인 밈인가?’라는 논쟁의 도구가 될 뿐 아니라 ‘잠재적 밈 생산자로서 디지털 네이티브가 갖추어야 할 리터러시 역량이 무엇인가?’라는 교육 목적과도 연관된다. 따라서 후속연구에서는 밈의 윤리적 고려와, 이를 바탕으로 한 리터러시 교육에의 연관성이 소명되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김경수 (2023). 한국 인터넷 밈의 계보학: 〈아인시대〉 밈 이미지에 대한 매체적 연구. 석사학위논문, 연세대학교.
- 김병구 (2023a). ‘인터넷 밈’을 활용한 디지털 리터러시 수업 방안 연구. 교양교육과 시민, 7, 31-62. <https://doi.org/10.47142/GEC.7.2>
- 김병구 (2023b). ‘인터넷 밈’을 활용한 비판적 사고 교육 사례 연구: 비판적 미디어 리터러시의 관점에서. 교양교육과 시민, 8, 115-147. <https://doi.org/10.47142/GEC.8.4>
- 김수아 (2020). 지식의 편향 구조와 혐오: 국내 위키 서비스 ‘여성혐오’ 논란을 중심으로. 미디어, 젠더 & 문화, 35(1), 142-183. <http://doi.org/10.38196/mgc.2020.03.35.1.141>
- 박광길 (2020). 인터넷 밈의 언어적 성격 고찰. 인문과학연구, 66, 5-26. <http://doi.org/10.33252/sih.2020.9.66.5>
- 박광길 (2024). 국내 인터넷 밈의 생성과 비판적 수용에 대한 연구. 한국연구, 18, 112-128. <https://doi.org/10.23073/riks.2024..18.009>
- 박상권 (2021). 인터넷 밈의 버내쿨러 디자인적 특징: 개구리 페페 사례를 중심으로. 기초조형학연구, 22(5), 141-154. <http://doi.org/10.47294/KSBDA.22.5.11>
- 박상권 (2023). 밈, 바이럴, 패러디, 짤과의 비교를 통한 인터넷 밈의 개념적 고찰. 상품문화디자인학연구, 72, 171-182. <https://doi.org/10.18555/kicpd.2023.72.015>

- 박인성 (2022). 밈과 신조어로 읽는 인터넷 커뮤니티의 부족주의. 대중서사연구, 28(2), 59-93.
<http://doi.org/10.18856/jpn.2022.28.2.002>
- 백혜선 (2023). 대학생의 인터넷 자료 읽기에서 신뢰성 평가 양상: 위키 사이트를 중심으로. 문화와 융합, 45(12), 1383-1392. <https://doi.org/10.33645/cnc.2023.12.45.12.1383>
- 신종천 (2020). 밈 현상의 정보적 특성에 관한 연구. 문화와 융합, 42(7), 519-547.
<https://doi.org/10.33645/cnc.2020.07.42.7.519>
- 오서현 (2021). 인터넷 밈 재생산 유형에 따른 향유 특성 연구. 석사학위논문, 한양대학교.
- 우지혜, 변혁 (2021). 핑크의 놀이 존재론을 통한 인터넷 밈 연구: SNS 상의 챌린지 콘텐츠 사례 분석을 중심으로. Contents Plus, 19(6), 33-44. <https://doi.org/10.14728/KCP.2021.19.06.033>
- 이대규, 이찬규 (2023). 인터넷 밈 번역 시스템 개발을 위한 데이터 구축 방안. 인공지능인문학연구, 15, 128-154. <https://doi.org/10.46397/JAIH.15.4>
- 장경현 (2023). 인터넷 밈의 형성과 특성 연구. 국어문학, 82, 23-49.
<https://doi.org/10.23016/klj.2023.82.82.23>
- 장경현 (2024). 속담과의 비교를 통한 인터넷 밈의 언어적 특성 연구. 인문학연구, 67, 303-330.
<http://doi.org/10.52743/HR.67.11>
- 조동기 (2016). 사이버공간의 문화적 특성과 '인터넷 밈'의 확산에 대한 연구. 철학사상문화, 21, 215-234.
- 주민재 (2024). 인터넷 밈의 이해를 통한 모바일 네이티브 특성 분석: 인터넷 밈의 생산·소비·재생산의 맥락을 중심으로. 한국문예비평연구, 81, 229-259.
<http://doi.org/10.35832/kmlc..81.202403.229>
- 지영은 (2021). 밈의 대화로의 초대 - 인터넷-밈의 시각면과 상호행위. 독어교육, 81, 31-58.
<http://doi.org/10.22969/kzfd.2021.81.81.31>
- 최순옥, 최성인, 이재현 (2020). 유튜브에서의 뮤직비디오 팬덤 분석: BTS MV의 시청, 댓글 상호작용, 밈 영상 제작. 한국언론학보, 64(1), 7-45. <http://doi.org/10.20879/kjcs.2020.64.1.001>
- 홍소람 (2023). 정보자원으로서 '밈'의 맥락과 실재: 국내 연구동향 분석을 중심으로. 한국비블리아학회지, 34(3), 227-253. <http://doi.org/10.14699/kbiblia.2023.34.3.227>
- Blackmore, S. (1999). The Meme Machine. 김명남 옮김 (2010). 밈: 문화를 창조하는 새로운 복제자. 서울: 바다출판사.
- Castaño Díaz, C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of internet meme. Ces Psicología, 6(2), 82-104.
- Dawkins, R. (2016). Selfish Gene (40th anniversary ed.). 홍영남, 이상임 옮김 (2018). 이기적 유전자 (40주년 기념판). 서울: 을유문화사.
- Gee, J. P. (2015). Social Linguistics and Literacies: Ideology in Discourses. London: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203944806>

- Harvey, L. & Palese, E. (2018). #NeverthelessMemesPersisted: Building critical memetic literacy in the classroom. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 62(3), 259-270.
<https://doi.org/10.1002/jaal.898>
- Ireland, S. (2018). Fake news alerts: Teaching news literacy skills in a meme world. *The Reference Librarian*, 59(3), 122-128. <https://doi.org/10.1080/02763877.2018.1463890>
- Knobel, M. & Lankshear, C. (2005, November 30). Memes and affinities: Cultural replication and literacy education. Paper Presented at the Annual NRC, Miami.
- Marchenko, T. V. & Zelenskaya, L. L. (2020). Internet-meme as a polymodal media-object: The basics of linguosemiotic typology. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 92, 2135-2141. <http://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.05.281>
- Moritz, E. (1995). Metasystem transitions, memes, and cybernetic immortality. *World Futures*, 45(1-4), 155-171. <https://doi.org/10.1080/02604027.1995.9972558>
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362-377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- van Eck, N. J. & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.
<http://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>

• 국문 참고문헌에 대한 영문 표기
 (English translation of references written in Korean)

- Choi, Soonwook, Choi, Seongin, & Lee, Jae Hyun (2020). An analysis of M/V fandom on YouTube: BTS M/V view, comment interaction, and meme production. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 64(1), 7-45. <http://doi.org/10.20879/kjcs.2020.64.1.001>
- Hong, Soram (2023). The context and reality of memes as information resources: Focused on analysis of research trends in South Korea. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 34(3), 227-253. <http://doi.org/10.14699/kbiblia.2023.34.3.227>
- Jang, Kyung-hyun (2023). A study on the formation and characteristics of internet memes. *Korean Language and Literature*, 82, 23-49. <https://doi.org/10.23016/klj.2023.82.82.23>
- Jang, Kyung-hyun (2024). A study on the linguistic characteristics of internet memes through comparison with proverbs. *Humanities Research*, 67, 303-330.
<http://doi.org/10.52743/HR.67.11>
- Ji, Young-eun (2021). Internet-memes, ihre sehflächen und interaktion. *Koreanische Zeitschrift*

- fuer Deutschunterricht, 81, 31-58. <http://doi.org/10.22969/kzfd.2021.81.81.31>
- Jo, Dong-gi (2016). A study of cyberculture and the diffusion of internet memes. *Philosophy · Thought · Culture*, 21, 215-234.
- Joo, Minjae (2024). Understanding how internet memes are used to characterize mobile natives: Focusing on the context of production, consumption, and reproduction of internet memes. *Journal of Korean Literary Criticism*, 81, 229-259.
<http://doi.org/10.35832/kmlc.81.202403.229>
- Kim, Sooh (2020). The construction of knowledge and information with hate speech: Focusing Wiki service in Korea. *Media, Gender & Culture*, 35(1), 142-183.
<http://doi.org/10.38196/mgc.2020.03.35.1.141>
- Kim, Byeong Goo (2023a). A study on digital literacy class methods using 'internet memes'. *General Education and Citizen*, 7, 31-62. <https://doi.org/10.47142/GEC.7.2>
- Kim, Byeong Goo (2023b). A case study on teaching critical thinking with 'internet memes': From the perspective of critical media literacy. *General Education and Citizen*, 8, 115-147.
<https://doi.org/10.47142/GEC.8.4>
- Kim, Kyung Soo (2023). Genealogy of Korean Internet Meme Images - A Media Study on Meme Images from <Rustic Period(Yainsidae). Master's thesis, Yonsei University.
- Lee, Dae Kyu & Lee, Chan Kyu (2023). Approaches for constructing data for developing an internet meme translation system. *Journal of AI Humanities*, 15, 128-154.
<https://doi.org/10.46397/JAIH.15.4>
- Oh, Seo Hyun (2021). A Study on Enjoyment Methods of Internet Meme Focused on Variation Types. Master's thesis, Hanyang University.
- Paik, Hyesun (2023). Aspects of credibility evaluation in college students' reading of internet sources: A focus on wiki sites. *Culture and Convergence*, 45(12), 1383-1392.
<https://doi.org/10.33645/cnc.2023.12.45.12.1383>
- Park, In-seoung (2022). Tribalism in the internet community reading memes and neologisms. *Journal of Popular Narrative*, 28(2), 59-93. <http://doi.org/10.18856/jpn.2022.28.2.002>
- Park, Kwang Gil (2020). A study on the language characteristics of internet memes. *Journal of Humanities Therapy*, 66, 5-26. <http://doi.org/10.33252/sih.2020.9.66.5>
- Park, Kwang Gil (2024). A study on the generation and critical acceptance of internet memes in Korea. *The Journal of Korean Studies*, 18, 112-128.
<https://doi.org/10.23073/riks.2024.18.009>
- Park, Sangkwon (2021). Vernacular design characteristics of internet memes: Focusing on the

- case of Pepe the Frog. *Journal of Basic Design & Art*, 22(5), 141-154.
<http://doi.org/10.47294/KSBDA.22.5.11>
- Park, Sangkwon (2023). A conceptual study on internet memes through comparison with memes, virals, parodies, and zzal. *Journal of Cultural Product & Design*, 72, 171-182.
<https://doi.org/10.18555/kicpd.2023.72.015>
- Shin, Jongcheon (2020). A Study on the informational characteristics of the meme phenomenon. *Culture and Convergence*, 42(7), 519-547. <https://doi.org/10.33645/cnc.2020.07.42.7.519>
- Woo, Jihye & Byun, Daniel H. (2021). A study of internet memes through Fink's ontology of play: Focusing on the cases of challenge contents on SNS. *Journal of Korean Society of Media and Arts*, 19(6), 33-44. <https://doi.org/10.14728/KCP.2021.19.06.033>