

## B급 코드 이모티콘의 시각 표현 분석

주혜린<sup>1</sup> · 박수진<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>이화여자대학교 일반대학원 시각디자인전공 박사학위과정

<sup>2\*</sup>이화여자대학교 디자인학부 교수

## Analysis on visual expressions of “B-class” emoticons

Hae-Rin Joo<sup>1</sup> · Soo-Jin Park<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Ph.D Course, Division of Design, Graduate School of Ewha Womans University, Seoul 03760, Korea

<sup>2\*</sup>Professor, Division of Design, Ewha Womans University, Seoul 03760, Korea

### [요약]

본 연구는 이모티콘에서 발견되는 B급 코드 경향을 정의하고, B급 코드 이모티콘에 드러난 시각 표현 특징을 분석한다. B급 문화의 전신인 B 무비와 병맛 만화에 관한 연구를 통하여 B급 코드의 특징을 도출한 뒤, 2019년부터 2022년 5월 첫째 주까지 카카오톡 이모티콘 샵에 게시된 이모티콘 중, B급 코드 경향을 보이는 6개의 태그 내 총 180개의 이모티콘을 분석 범위로 설정한다. 분석 결과, 첫째, B급 코드 이모티콘은 사용자들 간의 언어적 소통 및 상호작용의 수단이기 보다는 개인의 가치관이나 개성 표현에 중점을 둔다는 점에서 이모티콘의 퇴행된 형태로도 볼 수 있다. 둘째, B급 코드 이모티콘에 드러난 표현 특징은 탈진 형과 오버액션, 패러디, 고대비 순으로 관찰되었다. 본 연구는 사회의 발달과 필요가 묶여 하나의 장르가 된 B급 문화처럼, B급 코드 이모티콘의 패러다임을 살펴 변화하는 가치관과 장르적 흐름을 개념화하는 것에 의의가 있다.

### [Abstract]

This study defines the “B-class pop culture” trend found in emoticons and analyzes the characteristics of their visual expressions. Through research on B movies and “byeongmat” comics which laid a foundation for B-class culture, the study states the characteristics that define the B-class and analyzes 180 emoticons in six tags that show its features, limited to those released in Kakao Emoticon Shop from 2019 to the first week of May 2022. The analysis deduces the conclusion that first, B-class emoticons can be interpreted as a degenerated form of emoticons because their nature places emphasis on individual values and individuality, rather than a tool for communication and interaction. Second, the expressive features of B-class emoticons were observed in the following order: deconstruction, exaggerated behavior, parody, and high contrast. As B-class culture formed its distinct genre by combining societal development and needs, the study finds its value by examining the paradigms of B-class emoticons and conceptualizing the changing values and trends of the genre.

**색인어** : B급 문화, 서브컬처, 디자인, 이모티콘, 시각 표현

**Keyword** : B-class pop culture, Subculture, Design, Emoticon, Visual Expression

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2022.23.10.1919>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

**Received** 30 August 2022; **Revised** 23 September 2022

**Accepted** 29 September 2022

**\*Corresponding Author; Soo-Jin Park**

**Tel:** +82-2-3277-2524

**E-mail:** [curioussofa@ewha.ac.kr](mailto:curioussofa@ewha.ac.kr)

## I. 서론

### 1-1 연구 배경 및 목적

이모티콘은 최소한의 언어로 자신의 감정을 효과적으로 표현하며 타인과의 소통을 가능하게 하는 수단 중 하나로, 온라인 공간에서의 활동과 메시지의 발전에 따라 중요한 커뮤니케이션 도구로 인식되고 있다. 과학기술정보통신부에서 조사한 2020 인터넷 이용실태조사에 따르면 주간 개인별 인터넷 이용시간이 전년 대비 2.7시간 증가한 20.1시간으로 집계되었는데, 특히 인스턴트 메시지의 이용률은 97.1%에 달하며 보다 강화된 온라인 소통이 확인되었다.[1] 인스턴트 메시지를 활용한 소통 방식에서 눈에 띈 현상은 이모티콘의 사용이었다. 이모티콘은 인터넷 문화의 일종으로 시작해 온라인 소통의 도구로 발달하고 있고, 감정 전달에 효과적이며 신속하다는 점에서 활발한 사용량을 보인다. 최근에는 이모티콘과 협업한 브랜드 상품이 제작되거나 이모티콘 캐릭터의 단독 전시회가 개최되는 등 다양한 방향의 콘텐츠로 확장되고 있기도 하다. 국내 인스턴트 메신저 시장의 1위인 카카오톡은 초창기부터 이모티콘 샵을 열어 사용자를 유치했는데, 카카오톡이 제시한 데이터에 따르면 2011년부터 2021년까지 등록된 이모티콘은 약 30만 개로, 월 평균 이모티콘 발송 건수는 24억 건에 달하며 현재 이모티콘 시장의 규모는 7천억 원에 가까이 성장했다.[2]

이모티콘 시장의 확장은 ‘감정 대리인(Emotional Representative)’ 현상의 한 예로 볼 수 있다. 감정 대리인은 개인의 감정을 대리하여 표현하는 현상으로, 연애나 여행을 리액션 담당의 패널리 있는 액자형 관찰 예능 프로그램으로 경험하거나, ‘대신 속해주는 페이지’와 같은 사이트에 들어가 스트레스를 토로하는 방식처럼 자신이 직접 경험해야 할 감정 표현을 대리인에게 맡기는 현상을 말한다.[3] 정보 과잉의 시대는 다량의 정보와 함께 감정을 불러일으키고, 불어난 감정은 필요 이상의 에너지를 요구해 피로하게 만드는데, 이 때문에 현대인들은 적은 에너지를 소비하면서도 효과적으로 감정을 표현할 수 있는 감정 대행 서비스를 이용하게 된다. 메신저 내 이모티콘을 활용해 감정을 표현한다는 점은 세밀한 감정 표현에 번거로움을 느끼는 현대인들에게 만족도 높은 서비스인 것이다.

카카오톡 이모티콘 샵이 등장한 이래로 꾸준히 인기 순위에 랭크되는 이모티콘은 주로 동물을 의인화하여 귀엽게 표현하거나, 열기적이며 유머러스한 캐릭터를 통해 재치있는 대사를 전달하고 있다. 표현 기법 역시 정형화된 표현 양식보다 단순하고 자유로운 드로잉으로 제작된 이모티콘 디자인을 더욱 많이 볼 수 있으며, 지속적인 선호를 보여 주목받는 장르로 굳혀지고 있다.[5] 이와 같은 특징의 정형화되지 않은 이모티콘을 보며 한때 광고계를 휩쓸었던 ‘B급 유머 광고’와 같이 하나의 ‘B급 코드’로 묶일 수 있다고 인지한 바, 본 연구는 선호도가 높은 인기 순위에 속한 이모티콘의 B급 코드 경향을 통하여 표현 내용 및 특징을 분석하고자 한다.

### 1-2 연구 범위 및 방법

연구 방법은 다음과 같다. 첫째, B급 문화의 정의 및 발생 원인과 이모티콘의 개념을 살핀다. 둘째, B급 문화의 전신인 해외의 B 무비와 국내의 병맛 만화에 관한 선행연구를 통하여 이모티콘에서 발견되는 B급 코드를 정의한다. 셋째, 국내 메신저 시장의 점유율 1위인 카카오톡의 이모티콘 샵을 대상으로, B급 코드의 경향이 보이는 6개의 태그를 선정하고, 해당 태그에서 인기 순위에 링크된 이모티콘을 분석 범위로 한정한다. 인기 이모티콘은 태그당 30개씩 구성되어 있으므로, 총 180개의 이모티콘을 살핀다. 넷째, 분석 기간은 카카오톡 이모티콘 샵의 카테고리 개편 시점인 2019년을 시작으로, 2022년 5월 첫째 주까지 게시된 이모티콘을 대상으로 한다. 다섯째, B급 코드로 정의된 이모티콘의 표현 내용과 특징을 탐색한다.

## II. 이론적 배경

### 2-1 B급 문화

‘B급’의 기원은 1920년대 초 미국 영화계의 ‘B 무비(movie)’ 현상에서 시작한다. 당시 미국의 주요 영화사들은 관객을 유치하기 위하여 한 편의 관람료로 본 상영작인 ‘A 무비’와 보조 상영작인 ‘B 무비’, 총 두 편의 영화를 상영했다. A 무비는 인기 배우를 기용해 긴 시간을 두고 대규모 예산으로 제작된 반면, B 무비는 저예산으로 짧은 시간 내에 무명 배우와 촬영하는 방식이었다. 이러한 제작 과정으로 인하여 B 무비의 시나리오에는 인과성이 부재하며 영상 표현마저 허술해 디테일한 연출을 찾아볼 수 없었다. B 무비는 마치 대량 생산되는 공산품처럼 전형적인 이야기만을 보여주었는데, 자극적인 소재와 특유의 영성한 완성도는 특정 관객층을 결집시키기 시작했고 하나의 팬덤을 형성하게 했다. 결과적으로 B 무비에 담긴 비주류 감성과 비논리성은 기존의 A 무비에 대한 풍자와 비판으로 해석되기도 하며 B 무비만의 독자적인 지위를 확보하기에 이르렀다. 표 1과 같이 B 무비에 관한 선행연구를 정리해보면, 형식 상으로는 탈장르화성 및 장르혼종성, 매니아성의 특징을 보이며, 내용 상으로는 비인과성, 가치전복성, 상호텍스트성, 패러디성의 특징을 보이고 있음을 알 수 있다.

‘A와 B’였던 영화의 개념은 국내에 들어와 ‘급’으로 해석되며 위계의 의미가 더해졌다. B급 문화는 특정한 집단에 의하여 향유되는 하위 문화를 지칭하는 개념으로 확장되었으며, 기존의 고급 및 주류 문화에 저항하는 새로운 예술적 시도로 일컫게 되었다. [6] 국내의 B급 문화 부흥에 한 축을 형성한 것은 ‘병맛 만화’로, 당시 ‘병맛’은 어떤 현상이나 사람, 작품 등을 비웃는 감정이 담겨 비하하는 뜻으로 사용되었다.

표 1. B 무비의 특성

Table 1. Characteristics of B Movie

Author (Year)	Characteristics of B Movie
A. Park (2014)	Pleasure, Homage, Subversion, Abnormality, Hyperbole
J. Cho & S. Ahn (2015)	Mania, Genre hybridity, Parody/Homage, Intertextuality
J. Kim (2018)	Descriptive Liberaty, Diverse Themes
J. Yoo & H. Lee (2020)	Unreality, Quotation, Parody, Hyperbole

병맛 만화는 출판되고 있던 정식 만화나 웹툰과는 달리 단순히 ‘웹에서 볼 수 있는 만화’로 분류되었는데, B 무비와 비슷한 비주류의 관점으로 읽히며 김득현의 <줄라맨>, 김재인의 <마시마로>, 이말년의 <이말년 씨리즈>와 같은 만화에서도 장르화되어 드러났다. 병맛 만화에서는 주목받지 못한 소위 ‘잉여’의 주인공이 개연성과 논리성이 결여된 스토리를 꾸려 나가며, 타인을 비하하거나 사회적 약자에게 가학적인 모습을 보이는 등 기존의 윤리 의식에 탄축을 걸고 기성의 체계와 위계를 전복해왔다. 이 과정에서 드러나는 과장된 표현은 폭력적이고 쾌락적 기능을 가진 자기 만족의 감정으로 보여졌다. 최근에는 타인을 향한 폭력적인 공격의 양상이 줄어들고 주류 문화에 대항하는 듯한 냉소와 조롱의 태도가 강화됨에 따라, 자신의 가치관을 증명할 수 있는 개성의 양식처럼 정의되고 있다.

표 2. B급 문화의 특성

Table 2. Characteristics of B-Culture

Author (Year)	Category	Characteristics of B-Culture
H. Lee. (2013)	Culture	Clumsy imitation, Incongruity, Non-contextuality, Multi-layered structure, Sensual pleasure, Masculine sexuality
N. Hong. & J. Park. (2014)	Comic	Structural incompleteness, Breakdown of plausibility, Unpredictability
E. Hur. & H. Han. (2020)	Fashion	Old-fashioned style, Parodiable elements, Convergence of disparate elements, Strained exaggeration, Visualization of paronomasia
K. Kwon. & B. Lee. (2022)	Culture	Non-plausibility, Scalability, Destructiveness, Intertextuality, Authenticity
J. Baik. & D. Youm. (2022)	Advertisement	Humor/Exaggerated, Parody, Caricature

표 2와 같이 B급 문화와 관련된 선행연구를 살펴보면 영화를 비롯한 광고, 패션 등 다양한 대중문화 영역에서 B급 코드가 나타나고 있다. 매체는 다르지만 공통된 성격의 B급 코드가 발견되는데, 구조의 개연이 어설퍼 맥락이 이어지지 않는 형식을 띄고, 화려한 효과에 따른 시각적 쾌락만을 추구하거나 웃음을 유도한다는 점이 그러하다. 그러나 B 무비가 제작되어야 했던 과거의 상황과는 달리, 현재는 B급으로 보이려 하는 의도적 연출이 더해지고 있다.

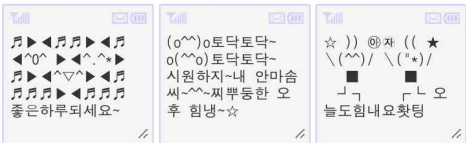


2-2 이모티콘

‘이모티콘(Emoticon)’은 ‘감정’을 뜻하는 ‘Emotion’과 컴퓨터 프로그램의 기능 표시 형성을 의미하는 ‘icon’의 합성어로, 문자의 조합이나 단순한 기호의 결합을 통하여 사용자의 정서적 상태를 나타내는 표현 기호이다. 이모티콘은 언어적 표현을 대리물이자 시각 언어의 일종으로[7], 감정 표현 전달에 효율적인 커뮤니케이션 수단으로 자리잡아 사람 사이의 상호작용을 돕는다.

표 3에서 확인되는 이모티콘의 발달에는 사회의 진화 과정이 함께 한다. 휴대전화의 출현으로 메시지 전송이 가능해지자 1세대 이모티콘으로 텍스트형 이모티콘인 ‘텍스티콘’이 발달했다.

표 3. 이모티콘의 발달

Table 3. Development of Emoticons

First generation emoticon	
	Texticon
Second generation emoticon	
	Graphicon
Third generation emoticon	
	Anicon, Soundcon

이는 키패드의 부호와 문자에 적절한 띄어쓰기를 배합한 것으로, 문자와 기호, 숫자를 활용해 감정을 표현할 수 있었다. 2세대 이모티콘은 웹을 활용한 메시지를 출현으로 시작된 ‘그래픽콘’이다. 인터넷의 도입은 흑백의 문자와 기호만 가능했던 기존의 통신에서 나아가 간단한 그림의 표현을 가능하게 했고, 색상이 적용된 이모티콘의 그림화로 연결되었다. 이후 모바일 메신저까지 발달하며 동작의 연속성이 반영된 애니메이션 형태의 ‘애니콘’, 소리가 삽입된 ‘사운드콘’이 탄생하는 등 보다 생생한 전달을 꾀하며 3세대 이모티콘으로 확장되고 있다.

### III. B급 코드 이모티콘 표현 분석

#### 3-1 B급 문화와 이모티콘

B급 코드의 경향은 이모티콘의 표현 내용으로부터 확인된다. 사회문화 및 대중문화 분야의 선행연구를 바탕으로 정리하면, 표 4와 같이 말장난, 자조, 비호감으로 분류된다.

첫 번째 특징인 말장난은 타인을 조롱하거나 놀리는 뉘앙스를 보이며, 이모티콘의 캐릭터 스타일에 맞게끔 유머러스하게 가공한 경우를 말한다. 두 번째 특징인 자조는 자신의 행동을 후회하며 자신을 비하하거나 비웃는 경우를 말한다. 2000년대 초반에 B급 코드가 부상하기 시작했을 무렵에는 주로 ‘엽기’, ‘허무’와 같은 키워드를 내세우며 타인을 향한 비하의 내용을 담곤 했으나, 최근에는 비하의 대상이 자신이 되어 스스로 공격하는 양상을 보인다. 세 번째 특징인 비호감은 정제되지 않은 대사를 통해 의도적으로 불편하고 어색한 감정을 느끼게 하는 경우를 말한다. 논리에 맞지 않아 대화의 내용이 불분명한 것이 특징이며, 허탈한 웃음을 자아내는 비약적인 대화 방식이 해당된다.

위의 표현 내용 특징을 바탕으로, 카카오톡 이모티콘 샵에서 B급 코드가 내포된 태그를 선정한다. 표 5와 같이 카카오톡 이모티콘 샵의 이모티콘은 2019년에 개편된 이후 ‘스타일’로 1차 분류되고 하위 항목인 ‘태그’로 2차 분류되며, 당시 ‘병맛/개그’였던 카테고리인 현재 ‘재밌는’ 스타일의 태그로 연계되기도 했다.

표 4. B급 코드 이모티콘의 표현 내용

Table 4. Contents of expression of B-class emoticons

Contents of expression	Pun	A nuance of mockery or a humorous reinterpretation of an existing meme or event
	Self-deprecation	Self-deprecating or downgrading oneself
	Unfavorable	A feeling of awkwardness by inflicting intentional discomfort

표 5. 카카오톡 이모티콘 샵의 카테고리

Table 5. Categories in Kakao Emoticon Shop

Style	Tag
Good for a gift	#Couples #Mom_and_dad #Daughter_and_son #Office_workers #Students #Soldiers #Hobby_mates
Humorous	#Joking #Vivid_facial_expression #Simple_characteristics #Hitting_the_nail_on_the_head #Longish #Heartwarming #Pun #Cool
Cute	#Aegyo #Flippant #Roundish #Friendly #Glimmery
Message	#Tenderhearted_messages #Unique_messages
Illustration	#Vivid #Monotone #Pastel
Kakao Official	#Kakao_Friends #NINIZ
Celebrity/ Influencer/Character	#Celebrity #Influencer #Character
Animal	#Catto #Bunno #Pupper #Teddy #Birb #Penguin #Squirrels_and_mice #Other_animals

이러한 상황을 종합하여 ‘병맛/개그’의 계보를 잇는 ‘재밌는’ 스타일의 ‘#드립치는’, ‘#표정이\_살아있는’, ‘#단순하게\_생긴’, ‘#뼈때리는’, ‘#말장난’ 태그에 속한 이모티콘을 선정하고, 추가로 B급 코드의 맥락이 포함된 ‘귀여운’ 스타일의 ‘#까불거리는’ 태그에 속한 이모티콘을 분석 대상으로 삼는다. 즉, 총 6개의 태그를 분석 범위로 한정한다.

#### 3-2 표현 특징

B급 코드 이모티콘의 표현 특징은 이모티콘의 시각 표현에서 발견할 수 있는 부분으로, B급 문화의 시원인 해외의 B 무비 및 이와 유사한 특징을 공유하는 국내의 병맛 만화를 선행 연구로 삼아 표현 특징을 정리했다. 분석 범위인 6개의 태그 각각에서 인기 순위에 속하는 30개의 이모티콘을 추출하고, 총 180개의 이모티콘을 대상으로 특징을 분석한 결과, 표 6과 같이 탈전형, 패러디, 오버액션, 고대비의 특징으로 정리된다.

표 6. B급 코드 이모티콘의 표현 특징 치환

Table 6. Substitutable vocabulary for expressions in B-class emoticons

B movie & Byeongmat Comics	B-class emoticon
Value subversion, Non-plausibility, Non-causality	Deconstruction
Unreality, Hyperbole	Exaggerated behavior
Clumsy imitation, Homage/Parody	Parody
Sensual pleasure, Incongruity, Experimental special effects	High contrast

1) 탈전형

첫 번째 특징인 탈전형은 낙서처럼 제작되어 해상도가 낮고, 질감 또한 불분명하여 완성도가 떨어지게 제작된 경우를 말한다. 이는 B 무비의 길은 매니악성과 탈장르화된 특징을 기반으로, 미흡한 서사의 전개나 거칠게 표현된 미장센을 떠올리게 한다. 또한 상업 영화에서 꺼려하던 영화 주제에 도전했는데, 표 7에서 확인할 수 있듯 짐 사면의 <록키 호러 픽처쇼>(1975)와 같이 동성의 사랑 또는 종교적 터부, 성적 취향에 관한 주제를 다루며, 관습을 바퀴 과격적인 전개를 보이는 등 탈구속적인 성향을 보였다.

초기 병맛 만화는 윈도우 운영체제의 기본 그래픽 프로그램인 그림판을 이용해 그려졌는데, 고도의 사용 기술을 요하지 않는 프로그램이므로 상업적인 만화에 비하여 완성도가 높지 못한 경우가 많았다. 그러나 비전문적으로 보이게 하는 완성도는 오히려 개연성이 떨어지는 에피소드의 특징을 극대화시키는 도구로 활용되어 특유의 키치한 감성을 배가시켰는데, <덩국맨 시리즈>(2011)는 거침없이 전개되는 서사를 보여주는 장치로 어색한 신체 비율과 다듬어지지 않은 선을 활용했으며, 이는 기존 체제에 전복하는 가치관을 표현하기에 용이했다.

표 7. 탈전형 예시

Table 7. Examples of deconstruction



B movie	Byeongmat Comics
	
<The Rocky Horror Picture Show>	<Dungukman Series>

표 8. 탈전형 이모티콘의 예시

Table 8. Examples of emoticons that show features of deconstruction



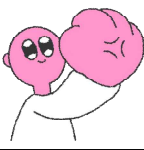
Image	Artist
	Feb12
	Kejang
	Kim Waterin

표 9. 탈전형 타이포그래피의 예시

Table 9. Examples of typographies that show features of deconstruction

Image	Artist
	KMJ
	5.5 Bounce
	Reumdal

표 8과 같이 탈전형의 특징이 반영된 B급 코드 이모티콘 중, 페브12의 <모르겠고, 춤이나 추자>는 의인화된 동물 캐릭터들이 춤추는 모습을 보여주고 있는데, 인체의 비율을 고려하지 않은 채 표현하거나 인체의 일부를 간략하게 처리하여 완성도가 떨어지는 모습을 보이고 있다. 케장의 <케장콘>은 자조하고 조롱하는 대사에 낮은 완성도와 만듦새가 더해졌다. 드러난 픽셀의 단면은 격식이나 관습에 얽매이지 않는 자유로운 표현과 저예산의 제작 환경을 연상케 한다. 김워터린의 <누구보다 정상인 광기씨>는 어떠한 상황에서도 일관된 표정을 유지하는 캐릭터를 활용하여 속마음을 표현하고 있는데, 앞선 이모티콘에 비하면 완성도가 높은 편이지만, 거칠게 표현된 선의 가장자리와 무심하게 잘려진 대사는 고의적인 연출임을 유추할 수 있다.

탈전형의 특징은 표 9와 같이 이모티콘에 활용되는 서체에서도 확인할 수 있다. 이모티콘의 대사는 캐릭터의 행동을 부연설명하는 경우에 쓰이며, 무료로 배포된 서체 중 완성도가 떨어지는 서체를 활용하거나 다듬어지지 않은 손글씨 스타일의 서체 혹은 자주 쓰이지 않는 비인기군의 서체를 사용하는 등 의도적인 저밀도 연출을 뒷받침한다.

정리하면, B급 코드 이모티콘에서 발견할 수 있는 탈전형의 특징은 기존의 형식과는 다른 만듦새의 캐릭터를 활용하여 격식과 관습에 얽매이지 않는 모습을 보인다는 점에 있다. 이는 가치 전복적이고 탈구속적인 의미 전달에 용이하며, 제작자만의 고유한 가치관을 담아내기에 적절한 방법이 된다.

2) 패러디

표 10. 패러디 예시

Table 10. Examples of parody



B movie	Byeongmat Comics
	
<Kung Fu Hustle>	<CMM Story>

표 11. 패러디 이모티콘의 예시

Table 11. Examples of emoticons that show features of parody

Image	Artist
	Bbangbbangi
	Bareun Saenghwal
	Ttoktti



두 번째 특징인 패러디는 원본을 차용하여 풍자하거나 해학이 느껴지게 재구성한 경우로, 주로 인터넷 서브컬처에 떠도는 밈(Meme)을 활용하며, 패러디를 할 때 원본의 분위기에 희극성을 더하고자 어설피게 모방한다.

표 10과 같이 주성치의 <쿵푸 허슬>(2004)은 쿵푸 고수들이 격돌하는 무협물로, 코믹한 액션에 만화적 연출을 더한 B 무비로 손꼽히고 있다. 스탠리 큐브릭의 <샤이닝>(1980), 워쇼스키 자매의 <매트릭스>(1999)와 같은 저명한 작품의 주요 장면을 패러디하기도 하며, 원본과 달리 어색하고 산만하게 패러디하여 도리어 웃음을 유발하고 있다. 병맛 만화인 총몇명의 <총몇명 스토리>(2016)는 패러디로 탄생한 만화인 만큼, 인물의 특징을 부각시킨 캐리커처 형식의 캐릭터를 활용한다. KBS 드라마 <태조 왕건>(2000), tvN 드라마 <시그널>(2016) 등의 일부 장면을 개성적인 그림체로 재해석하여 보는 이의 흥미를 이끌어낸다.

표 11과 같이 패러디의 특징인 반영된 이모티콘 중, 빵빵이의 <대충 살자 빵빵이처럼>은 단순하게 생긴 캐릭터가 일상의 지루함을 표현하는 내용으로, 유행가 가사의 일부나 인터넷 밈을 패러디한다. 바른생활의 <기억나니? 추억의 고전 짤 모음집>은 1970년대 초등학교 교과서에 등장했던 캐릭터를 활용하여 지난날의 유행어나 명장면을 재구성하여 보여준다. 똑씨의 <연행일치 5>는 간략한 생김새지만 표정과 행동이 묘사된 캐릭터를 이용하는데, 대사와 행동이 일치하지 않는 상황을 유머러스하게 풀어냈다.

정리하면, B급 코드 이모티콘에서 보이는 패러디의 특징은 원본을 재가공하여 풍자하거나 해학적으로 표현하고 있다는 점으로, 이모티콘의 주제에 맞게끔 표현되는 과정에서 원본보다 유머러스하거나 어설피게 모방되어 웃음을 자아내게 된다.

3) 오버액션

세 번째 특징인 오버액션은 동세가 과도하게 표현된 경우로, 몸짓과 표정에 역동성을 가미한 변수를 주어 흥분도가 높은 모습을 보여준다. 이는 코미디의 장르 중 하나인 ‘슬랩스틱(Slapstick)’과 이어지는데, 슬랩스틱을 활용한 영화의 대표적인 예로는 찰리 채플린의 <모던 타임스>(1936)나 영국의 시트콤인 <미스터 빈>(1990)이 있다.

표 12. 오버액션 예시  
Table 12. Examples of exaggerated behavior



B movie	Byeongmat Comics
	
<Mask>	<Lee Malnyeong Series>

표 13. 오버액션 이모티콘의 예시  
Table 13. Examples of emoticons that show features of exaggerated behavior


Image	Artist
	Yeongso
	HOZZAA2
	Jueumi

표 12와 같이 척 러셀의 <마스크>(1994)도 그러한데, 내성적인 성격의 주인공이 마스크를 쓰게 되면서 벌어지는 기상천외한 이야기를 담았다. 어수선하고 소란스러운 분위기에 더해진 과장된 동작이나 소리를 이용한 신체적 개그는 웃음을 유도하고 있다. 병맛 만화인 이말년의 <이말년 씨리즈>(2009) 역시 활력이 느껴지는 독특한 그림체의 캐릭터와 원활하게 이어지지 않는 전개가 맞물려 더욱 효과적으로 표현되고 있다.

표 13과 같이 오버액션의 특징이 반영된 B급 코드 이모티콘 중, 영소의 <소란스러운 아이 2>는 낙서 형태로 그려진 캐릭터가 반복적인 단어를 말하며 감정을 표현하는 내용으로, 그림체에 흔들림이 느껴지는 효과를 적용하여 역동성을 더했다. HOZZAA2의 <딱히 대답할거 없을때 쓰려고 만듦>은 감정의 격동이 강한 캐릭터를 활용해 다양한 리액션을 담았는데, 괴상한 오버액션은 진심인지 아닌지 알 수 없는 긴가민가한 감정으로 이해된다. 주름이의 <주름이다! 주름이가 나타났다!>는 입가의 주름이 극대화된 캐릭터를 활용했는데, 상대적으로 머리가 큰 모습이라 어색한 비율감이 느껴지는 중에 섬세하게 묘사된 손동작과 표정은 기묘한 분위기를 증폭시키고 있다.

정리하면, B급 코드 이모티콘에서 보이는 오버액션의 특징은 웃음을 유발하기 위한 방법으로 자신만의 캐릭터를 이용한 ‘캐릭터화’를 거치는 것에서 시작한다. 이때 괴이하게 느껴질 정도로 지나치게 표현된 몸짓과 표정은 캐릭터의 역동성을 올리고 높은 흥분도로 이어질 수 있도록 유도한다.

4) 고대비

표 14. 고대비 예시  
Table 7. Examples of high contrast






B movie	Byeongmat Comics
	
<Mars Attack>	<The legendary Kim Kalbbang>

표 15. 고대비 이모티콘의 예시

Table 15. Examples of emoticons that show features of high contrast

Image	Artist
	Gongju
	Naesseuman
	Choigosim

네 번째 특징인 고대비는 대비가 뚜렷한 색상과 요소로 시선 집중을 유도하고, 시각적 자극에 집중할 수 있도록 강렬한 색감을 사용한 탓에 어수선한 경우를 말한다.

B급 코드 이모티콘에서의 이러한 특징은 B 무비의 장르 중, 말초적 쾌락을 추구하는 ‘익스플로테이션 영화’와 실험적인 특수효과와 사용이 두드러지는 ‘특수효과 실험영화’에서 출발한다. 익스플로테이션 영화는 저예산으로 제작된 폭력적이며 선정적인 영화를 뜻하는데, 로저 코먼의 <거대 거머리의 습격>(1959)처럼 기괴한 모습의 괴수가 등장하며 소동을 벌이는 자극적인 내용을 담곤 했다. 특수효과 실험영화는 A 무비가 추구하는 실제적인 재현이 아닌 외계인, 좀비 등 가상의 소재를 등장시키고자 했고, 이러한 과정에서 빈약한 특수효과 기술력이 드러나 비주류 호러나 SF 장르로 제작되었다. 표 14와 같이 팀 버튼의 <화성침공>(1996)은 지구를 침공하는 화성인과의 해프닝에 대한 내용으로, 1950년대 미국의 B급 SF 영화와 같이 특수효과로 집결된 자극적인 장면을 가감 없이 등장시켜 관객의 눈길을 사로잡았다. 병맛 만화인 귀귀의 <전설의 김칼빵>(2004) 또한 거칠게 그려진 만화로, 서사가 연결되지 않아 맥락을 파악하기 어려울 때 독자가 예상하고 있는 연결 지점을 파악하고 엉뚱한 흐름의 이야기를 보여준다. 높은 채도와 명도의 색상이 더해져 보는 이의 호기심을 자극하고, 갑작스러운 이야기 전개를 강화시킨다. 명랑한 색깔에 폭력성이 다분한 전개는 서로 어울리지 않는 조화임에도 이목을 집중시키는 매개가 된다.

표 15와 같이 고대비의 특징이 반영된 B급 코드 이모티콘 중, 공주의 <공주티콘>은 공주로 그려진 캐릭터의 행동과 대사를 통하여 우스꽝스러운 상황 표현을 담았는데, 유년시절에 한 번쯤 보았을 법한 고전적인 그림체에 과장된 효과와 색상을 접목시켰다. 내쓰만의 <눈물티콘>은 눈물을 흘리는 캐릭터를 활용해 슬픔을 표현하는 여러 모습을 보이는데, 색상 간의 조화보다는 시선 집중을 우선시하여 시각적 자극에 집중했다. 최고심의 <와글와글 고심이>는 자존감이 높은 캐릭터를 활용해 스스로 칭찬하고 다독이는 내용으로, 최소한의 여백을 두고 작은 요소들까지 알록달록하게 채색한 점은 원초적인 감정을 자극해 재미와 웃음을 유발하게끔 한다.

정리하면, B급 코드 이모티콘에서 발견할 수 있는 고대비의 특징은 마치 과도한 특수효과가 삽입된 영화처럼 시선을 집중시키는 고대비의 색상과 과감한 표현 기술을 사용함에

있다. 이는 시각적 자극으로 인한 쾌락을 유도하며, 웃음을 유발해 희극적 만족감으로 이어지게 한다.

### 3-3 B급 코드 표현 빈도 분석

앞서 정리한 총 4가지의 표현 특징을 두고 B급 코드 이모티콘에 드러난 표현 특징의 빈도를 조사한 결과, 표 16과 같이 탈전형과 오버액션이 각각 178개(98.8%), 170개(94.4%)의 높은 빈도로 나타났으며, 이어서 패러디가 143개(79.4%), 고대비가 139개(77.2%)로 관찰되었다.

표 16. B급 코드 이모티콘의 표현 빈도 분석

Table 16. Analysis on frequency of B-class expression (N=180) (Multiple selection possible)

Classification	Frequency(N)	Percent(%)
Deconstruction	178	98.8
Exaggerated behavior	170	94.4
Parody	143	79.4
High contrast	139	77.2
Total	180	100.0

즉, B급 코드 이모티콘은 기존의 관습과 격식으로부터 탈피하는 탈전형의 특징을 가장 뚜렷하게 보였으며, 이때 과장된 몸짓과 대사가 첨가된 오버액션의 경향을 보였다. 또한 많은 이들이 알고 있는 영화나 드라마, 또는 인터넷 밈과 같은 원본 콘텐츠를 재가공했는데, 희극성을 더한 패러디를 통하여 웃음을 유도했다. 색깔이나 요소 간의 자연스럽지 않은 연결은 고대비의 경향으로 이어졌고, 시선 집중을 목표로 한 과도한 표현 기술의 사용은 위의 특징에 비하면 다소 적은 빈도로 확인되었다.

## IV. 결 론

본 연구는 B급 코드 이모티콘의 시각 특징을 분석하기 위하여 B급 코드의 시원인 B 무비와 병맛 만화의 특성을 참조해 표현 내용과 특징을 분석했으며, 다음과 같은 결론을 도출했다.

첫째, B급 코드 이모티콘의 표현 내용의 경우, 타인을 조롱하거나 놀리는 뉘앙스의 ‘말장난’, 자신의 행동을 후회하며 스스로 비하하거나 비웃는 ‘자조’, 의도적으로 불편하고 어색한 감정을 느끼게 하는 ‘비호감’으로 정리된다.

둘째, 표현 특징의 경우, 첫 번째 특징인 ‘탈전형’은 기존의 형식과는 다른 만듦새의 캐릭터를 이용하여 반드시 이모티콘의 실용적 기능만을 추구하지 않도록 이모티콘만의 고유한 주제와 가치관을 담아낸다. 두 번째 특징인 ‘패러디’는 원본을

제가공하는 과정에서 어설피게 모방하거나 작가만의 개그 코드를 첨가하여 희극성을 더한다. 세 번째 특징인 ‘오버액션’은 캐릭터로 보여지는 지나치게 과장된 몸짓이나 표정 묘사를 통하여 흥미를 유발시키고, 이어지는 높은 흥분도로 웃음을 유도한다. 네 번째 특징인 ‘고대비’는 색상 간의 조화보다는 과감하고 산만한 색상을 사용하며 시선을 집중시키는 것에 목적을 두고, 알록달록한 색감으로 시각을 자극해 희극적 만족감을 제공한다.

셋째, 추가로 B급 코드 이모티콘에 드러난 표현 특징의 빈도를 조사한 결과, 탈전형이 178개(98.8%), 오버액션이 170개(94.4%)인 높은 빈도로 나타났으며, 이어서 패러디가 143개(79.4%), 고대비가 139개(77.2%)로 관찰되었다.

이모티콘이 언어 중심의 소통을 돕기 위해 탄생했다는 점으로 미루어 볼 때, B급 코드 이모티콘은 이모티콘의 퇴행된 형태로도 볼 수 있다. 이모티콘은 시각 언어의 일종으로, 언어적 소통을 보충하여 사용자의 감정 상태를 효율적으로 표현하게 하는 기능을 가지고 있는데, B급 코드 이모티콘의 경우, 사용자 간의 상호작용을 위한 수단으로 사용되기 보다는 개인의 가치관이나 개성의 표현 수단으로 활용되고 있음을 추론할 수 있었다.

이모티콘은 사회의 발전과 함께 당시의 사회상을 반영해왔다. 동시대적 공감과 필요가 모여 장르로 묶인 것이 B 무비와 병맛 만화인 것처럼, B급 코드 이모티콘이 보여주는 패러디임 역시 시대상을 흡수하며 기존의 가치관과 관습에 전복하며 파편화된 흐름으로 나타나고 있다. 본 연구는 이를 조합하고 정리하여 하나의 장르로 개념화한 것에 의의를 두고자 하며, 지금도 생산되고 있는 수많은 B급 코드 이모티콘에 대한 관심의 시선은 다양한 방향의 후속 연구로 이어지리라 기대한다.

## 참고문헌

- [1] National Information Society Agency, 2020 Survey on the Internet Usage, National Information Society Agency, Ministry of Science and ICT, Sejong: NIA VIII-RSE-C-20064, pp. 36-37, Mar. 2021.
- [2] Kakao Corp. Celebrating the 10th anniversary of the launch of Kakao Emoticon, it grows with creators to realize win-win value. Kakao Press Release [Internet]. Available: <https://www.kakaocorp.com/page/detail/9609>.
- [3] N. Kim. & M. Jeon. & H. Lee. & J. Lee. & S. Kim. & J. Choi. & S. Lee. & Y. Seo. & J. Kwon, *Trend Korea 2019, Miraebok*, pp. 271-272, 2019.
- [4] J. Shin. & J. Eune, “Study on Emoticon Design Elements for Emotional Communication”, *Journal of Basic & Art*, Vol. 18, No. 6, pp.351-362, Nov. 2017.
- [5] E. O. & S. Kim, “Analyzing Design Trends of KakaoTalk’s Popular Emoticons Based on the Overall Ranking (‘All’) in 2020”, *Korea Institute of Design Research Society*, Vol. 6, No. 4, pp. 20-28, Dec. 2021., <https://doi.org/10.46248/kidrs.2021.4.19>
- [6] H. Lee, *B Culture Attacks South Korea*, *Book ocean*, pp. 29-30, 2013.
- [7] Thompson, P. A. & Foulger, D. A. “Effects of pictographs and quoting on flaming in electronic mail”, *Computer in Human Behavior*, Vol. 12, Issue 2, pp. 225-243, Jun. 1996., [https://doi.org/10.1016/0747-5632\(96\)00004-0](https://doi.org/10.1016/0747-5632(96)00004-0)
- [8] A. Park, “From Caligari to Cinephile: Crossing between art cinema discourse and B Sensibility”, *The Journal of Image & Film Studies*, Vol. 0, No. 25, pp. 57-96, Oct. 2014.
- [9] J. Cho. & S. Ann, “A Study of critics to observe the identity of Korean “B Movie” - By Comparing with traditional American B-Movies”, *Korean Humanities Content Society*, Vol. 0, No. 37, pp. 45-71, Jun. 2015.
- [10] J. Kim, “Experimental Aesthetics of “B” Film in Robert Florey’s Works”, *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 18, no. 8, pp. 671-678, Aug. 2018., <https://doi.org/10.5392/JKCA.2018.18.08.671>
- [11] J. Yoo. & H. Lee, “A Study on Korean ‘B-Movie’ narrative characteristic - Focused on <Behind the Dark Night> and <Super Magin>”, *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, Vol. 6, No. 1, pp. 361-366, Feb. 2020., <https://doi.org/10.17703/JCCT.2020.6.1.361>
- [12] H. Lee, “Analysis of the ‘Gangnam style’ Music Video through the Concepts of Kitsch and Meme”, *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 13, No. 11, pp. 148-158, Oct. 2013. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.11.148>
- [13] N. Hong. & J. Park, “A Study on the Narrative Structure of Byongmat Comics: With Focus on the Regeneration through the Destruction of Probability”, *The Korean Journal of Animation*, Vol. 10, No. 13, pp. 149-168, Sep. 2014., <https://doi.org/10.1353/trh.2011.0021>
- [14] E. Hur. & H. Han, “Characteristics of Popular Culture and Fashion towards B-list”, *Journal of Basic Design & Art*, Vol. 25, No. 5, pp. 639-654, Sep. 2020., <https://doi.org/10.47294/KSBDA.21.5.46>
- [15] K. Kwon. & B. Lee, “Application of B-Grade Cultural Contents to Small City Marketing Strategy: Focused on the Case of Chungju City, Korea”, *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, Vol. 25, No. 1, pp. 87-107, Mar. 2022., <https://doi.org/10.23841/egsk.2022.25.1.87>
- [16] J. Baik. & D. Youm, “A Content Analysis of B-Class Emotional Advertising Trend: Focused on TV commercials from 2015 to 2020”, *Journal of The Korea*



- Convergence Society, Vol. 12, No. 1, pp. 179-188, Jan. 2022., <https://doi.org/10.15207/JKCS.2022.13.01.179>
- [17] E. O. & J. Won, “Analyzing Trends and Styles of KakaoTalk’s Popular Emoticons in 2017”, *Journal of Communication Design*, Vol. 62, No. 0, pp. 7-18, Jan. 2018., <https://doi.org/10.25111/jcd.2018.62.01>
- [18] S. Kim, “A Study on the Pattern of Parody Change which is According to the Borrowing of Memes in Webtoon”, *Cartoon & Animation Studies*, Vol. 0, No. 62, pp. 183-215, Mar. 2021., <https://doi.org/10.7230/KOSCAS.2021.62.183>
- [19] S. Kim, “The New Structure of Feeling in Webtoon”, *Trans-Humanities*, Vol. 4, No. 2, pp. 101-123, Apr. 2011., <https://doi.org/10.22901/trans.2011.4.2.101>
- [20] H. Lee, “The Study of the Similarity between oriental Fantasy and B grade Culture - With focus on A Chinese literature <Journey to the West>’s Contents Transformation”, *The Journal of Image and Cultural Contents (JICC)*, Vol. 12, No. 0, pp. 97-117, Jun. 2017., <https://doi.org/10.24174/jicc.2017.06.12.97>
- [21] S. Kim, “A Study on the Pattern of Parody Change which is According to the Borrowing of Memes in Webtoon”, *Cartoon & Animation Studies*, Vol. 62, No. 0, pp. 183-215, Mar. 2021., <https://doi.org/10.7230/KOSCAS.2021.62.183>
- [22] G. Bang, “Cultural Anthropology on Emoticon : Russian Case”, *Journal of The Korean Society of Illustration Research*, Vol. 55, No. 0, pp. 7-16, Jun. 2018.
- [23] Y. Hong. & S. Yim, “The Effect of Emoticon Expression Type on User Satisfaction Factors”, *The Treatise on The Plastic Media*, Vol. 25, No. 1, pp. 33-41, Feb. 2022
- [24] Y. Kim. & S. Jun, “Analysis of Difference between Pictorial and Animated Emoticon Usage in Western and Eastern Culture”, *Journal of Integrated Design Research(JIDR)*, Vol. 17, No. 2, pp. 9-20, Jun. 2018., <https://doi.org/10.21195/jidr.2018.17.2.001>
- [25] Y. Cha. & H. Choi. & Y. Oh. & M. Jang, “A study on the differences between the eastern and western emoticon -Focusing on the cultural tendencies and emotions-”, *The Treatise on The Plastic Media*, Vol. 15, No. 4, pp. 227-238, Nov. 2012.



**주혜린 (Hae-Rin Joo)**

2015년 : 인천가톨릭대학교 시각디자인 (미술학사)

2020년 : 이화여자대학교 시각디자인 (디자인학 석사)

2021년~현 재: 이화여자대학교 시각디자인 박사학위과정

※ 관심분야 : 타이포그래피(Typography), 일러스트레이션(Illustration), 책디자인(Book design) 등



**박수진 (Soo-Jin Park)**

1999년 : 이화여자대학교 정보디자인 (학사)

2001년 : Central Saint Martins (커뮤니케이션 디자인 석사)

2006년~현 재: 이화여자대학교 디자인학부 부교수

※ 관심분야 : 그래픽 디자인(Graphic Design), 타이포그래피(Typography), 책디자인(Book design) 등