■ 민족문화연구 제86호(2020.02.28), 고려대 민족문화연구원, pp.445-472.
http://doi.org/10.17948/kcs.2020..86.445

SNS에 나타난 은유 표현의 양상*
—SNS의 새로운 은유 표현을 중심으로—

김혜령(金惠伶),** 유희정(柳希娗),*** 도원영(都媛鈴)****

목 차

1. 서론
2. SNS에 나타난 새로운 은유 표현의 수집 및 정리
3. SNS에 나타난 새로운 은유 표현의 양상 분석
4. 새로운 은유 표현과 개념적 은유 영역 확장
5. 결론

국문초록

이 연구는 SNS에서 나타난 은유 표현의 양상을 분석하는 데 목적이 있다. 특히 SNS에서 새롭게 발견되는 은유 표현들을 중심으로 그 양상을 살폈다. 이를 위하여 SNS에 나타난 은유 표현을 수집하여 근원 영역과 목표 영역을 정리하고, 은유 표현의 생성 및 사용 경향을 파악하였다. SNS에서 새롭게 사용된 은유 표현은 사람의 특성을 은유적으로 나타내고자 하는 표현들이 가장 많았으며, 언중들의 사회적 관심사와 개인

* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A5A2A03067672).
** 고려대 교양교육원 초빙교수(제1저자).
*** 고려대 국어국문학과 박사과정수료(공동 연구자).
**** 고려대 민족문화연구원 연구교수(공동 연구자).

적 관심 및 취미 영역을 반영한 표현들이 많았다. 그리고 SNS에 새롭게 나타나는 은유 표현들의 생성 및 확장 양상을 살폈는데, 새롭게 나타난 표현이라도 기존의 은유적 개념화 양상에서 비롯된 표현이 많다는 것을 밝혔다. 또한 언중들의 관심사를 반영한 은유 표현의 생성 결과 동일한 은유적 의미 맥락을 공유하는 다양한 표현이 생성되어, 개념적 은유의 영역을 공고히 하고 확장해 간다고 논의하였다.

주제어: 은유, 은유 표현, SNS, 개념적 은유, 통신 언어.

1. 서론

은유 표현은 높은 수준의 사유를 기반으로 하는 창의적 표현이면서, 동시에 언어생활에 광범위하게 나타나는 보편적인 표현 방법이기도 하다. 특정한 대상을 통해 목표하는 의미를 전달하는 은유는 공적・사적, 온라인・오프라인, 문어・구어, 일상・전문 분야를 통틀어 널리 쓰인다. 이 연구에서는 사용자가 급증하고 있는 에스엔에스(SNS)에[1] 나타나는 은유 표현에 주목하고자 한다. 이미 SNS는 의사소통과 자기표현의 중요한 매체로 자리 잡았고, 이에 따라 SNS를 기반으로 한 의사소통이 활발하게 이루어지고 있다. 언중은 일상을 기록하고, 타인과 대화를 나누는 수단으로 SNS를 활용한다. SNS는 한 번에 표현할 수 있는 언어의 양이 제한적이기 때문에 사용자가 전달하고자 하는 대상이나 상황을 다른 것에 빗대어 압축적으로 드러내는 은유 표현이 다수 발견된다. 이러한 은유 표현으로는 전부터 널리 쓰인 굳어진 은유도 있고, 신선함이 돋보이는 새로운 유형의 은유도 있다.

본고에서는 SNS에 나타난 은유 표현의 사용 양상을 살피되, 비교적 새롭게 나타난 은유 표현들에 집중하여 살피고자 한다. SNS는 공감과 공유를 바탕으로 의사소통하는 공간으로, 언어 표현의 확산이 자연스럽게 일어나는 매

1) 이하 'SNS'로 표기한다. SNS는 'Social Networking Service'의 줄임말로, 정유진・배국진에 따르면 온라인상에서 소셜 네트워킹 웹사이트를 기반으로 이루어지는 공통의 관심사를 가진 사용자 간의 관계맺기를 지원하고, 축적된 지인 관계를 통해 인맥 관리, 정보 공유 등 다양한 커뮤니티 활동을 할 수 있도록 하는 서비스를 말한다. 트위터, 인스타그램, 페이스북 등의 다양한 SNS를 사용하는 사람들의 수는 지속적으로 증가하고 있다. 정유진・배국진, 『소셜네트워킹서비스(SNS)의 동향과 전망』, 한국과학기술정보연구원, 2009.

체이다. 은유 표현 역시 SNS의 네트워크를 통해 전달되고 수용된다. 이 중 새롭게 등장한 은유 표현은 의미의 공유 과정을 거치며 더 빠르게 전파되고 확장된다. 이를 자세히 들여다봄으로써 은유 표현의 개념화 과정과 그에 따른 확장 기제가 SNS를 통해 어떻게 적용되고 작용되는지를 밝힐 수 있다.[2)]

그간 은유 표현에 관한 연구는 다양하게 진행되었으나, 은유의 성격과 속성에 대해 다루거나 문어에서 포착된 은유 표현을 주로 살핀 연구가 다수였다. 이 연구의 핵심인 SNS에서 사용되는 은유 표현을 대상으로 수집·분석하거나, 이를 언어학적 측면에서 논의한 연구는 아직 진행되지 못한 상태이다. 한편 통신 언어를 다룬 연구들 중에서도 은유 표현을 중심으로 한 논의는 찾아보기 어렵다. 온라인 환경에서 사용되는 언어에 대한 그간의 연구를 살펴보면, 초기의 연구는 주로 통신 언어를 대상으로 하여 피시 통신이나 인터넷 환경에서 사용되는 언어의 양상과 그 특성에 대해 폭넓게 다루었다. 최근 연구에서는 모바일 환경에서 사용되는 언어에 주목하여 모바일 언어의 전반적인 특성이나 사용자 특성에 따른 모바일 언어의 특성 등을 주로 다루고 있다.[3)] SNS에서 나타나는 은유 표현을 살핀 연구는 아직 찾아볼 수 없다.[4)]

---

2) 본고에서 일컫는 'SNS에 나타난 은유 표현'이란 SNS에서 처음 만들어진 표현, 혹은 SNS에서만 사용되는 표현이라는 뜻으로 사용하는 것이 아니다. SNS에서 사용되는 은유 표현은 일반적으로 구어에서도 함께 쓰이는 경우가 많으며 신문 기사 등의 문어에서도 나타난다. 따라서 '새로운 은유 표현'이라고 말하는 것은 SNS에서 새롭게 만들어진 표현이 아니라, 기존에 관용어, 속담이나 굳어진 은유 표현으로 익숙하게 사용되지 않았던 표현이면서 SNS를 통해 확인된 은유 표현에 해당한다.

3) 통신 언어에 대한 초기의 연구는 인터넷 PC 통신에서 사용되는 온라인 언어를 주로 다루었으며, 핸드폰 문자 메시지에서 나타나는 언어 표현에는 크게 주목하지 않았다. 그러나 스마트폰의 보급과 인터넷 사용의 확산으로 통신 환경이 변화하면서 최근에는 통신 언어와 모바일 언어를 엄밀히 구분하여 사용하지 않게 되었다. 통신 언어를 정의하고 그 유형 및 특성에 대해 개략적으로 논의한 연구로는 권연진, 「컴퓨터 통신어의 언어학적 연구」, 『언어과학』 제5권 2호, 한국언어과학회, 1998; 박동근, 「통신언어의 유형에 따른 언어학적 기능 연구」, 『어문학연구』 제11집, 상명대 어문학연구소, 2001; 이정복, 『인터넷 통신 언어의 이해』, 월인, 2003; 신승용, 「사회방언으로서의 통신언어의 위상 재정립」, 『한민족어문학』 제46집, 한민족어문학회, 2005 등이 있다. 통신 언어에서 나타나는 단어의 형성에 대해 고찰한 연구로는 시정곤, 「사이버 언어의 조어법 연구」, 『한국어학』 제31호, 한국어학회, 2006; 김선철, 「통신언어 준말의 형성에 대한 음운론·형태론적 고찰」, 『언어학』 제61호, 한국언어학회, 2011 등이 있다. 통신 언어의 실태를 분석하고 언어적 특성에 대해 논의한 연구로는 이정복, 「인터넷 통신 언어 실태와 세대 간 의사소통의 문제」, 『배달말』 제49집, 배달말학회, 2011; 「사회 소통망(SNS) 말놀이의 유형과 기능」, 『어문학』 제130집, 한국어문학회, 2015; 신승용, 「통신

이 연구는 SNS에서 수집한 은유 표현을 대상으로 각 표현의 근원 영역과 목표 영역을 분석하여 정리한 자료를 분석하여 SNS에서 사용되는 은유 표현의 양상을 살피고자 한다. 2장에서는 연구 대상이 되는 자료의 수집 및 정리 방법에 대하여 다루고, 3장에서는 이들을 바탕으로 SNS에 등장한 새로운 은유 표현의 양상에 대하여 구체적으로 논의하고자 한다. 4장에서는 SNS에 새로운 은유 표현이 출현하여 은유 의미를 획득하는 양상을 개념적 은유의[5] 관점에서 다룰 것이다.

언어의 코드적 특성과 언어사용역」, 『동아인문학』 제45집, 동아인문학회, 2018 등이 있다. 통신 언어 환경의 사회적 특징을 고찰하고 그에 따른 문체적 특성을 다룬 논의로는 최명원 외, 「SNS 메신저 '카카오톡' 언어현상 연구」, 『텍스트언어학』 제33집, 한국텍스트언어학회, 2012; 정현선, 「SNS의 언어 현상과 소통 공간에 관한 국어교육적 고찰」, 『국어교육』 제142호, 한국어교육학회, 2013 등이 있으며, SNS 기반 환경에서 나타나는 연령별 세대별 언어 현상의 특징을 다룬 연구로는 박선우・박진아・홍정의, 「SNS 모바일 텍스트의 언어학적 양상: 성별과 연령의 차이를 중심으로」, 『현대문법연구』 제82호, 현대문법학회, 2015, 조민하, 「통신언어의 경제성과 연령별 특징: 축약과 탈락을 중심으로」, 『돈암어문학』 제29집, 돈암어문학회, 2016 등이 있다.

4) 본고에서 다루고자 하는 것은 SNS에 나타나는 은유 표현인데, 이는 온라인 환경의 인터넷 언어에 기반하고 있다. 2000년대 초반까지 온라인 언어는 인터넷 언어, 통신 언어 등으로 분류되었는데 이때의 인터넷 사용 환경은 퍼스널 컴퓨터 기반이었다. 최근에는 인터넷 사용 환경이 모바일 환경으로 점차 변화하는 추세이다. SNS 사용 역시 퍼스널 컴퓨터 기반에서 모바일 환경으로 이동하였다고 볼 수 있을 것이다. 이들은 인터넷 환경의 온라인 언어라는 점에서 공통점을 갖는다. 다만 어떤 도구를 통해 언어를 표현하는지, 어떤 매체에서 사용하는 언어인지에 따라 그 성격이 한정되는 것이다. 물론 각각의 언어가 다른 성격을 보일 수 있다. SNS에 나타나는 언어는 인터넷 언어 중에서도 일부만을 나타내는 것이므로, 보다 한정적인 성격, 예를 들어 문어보다는 구어에 가깝다거나, 직접적인 언어 표현보다 이모티콘을 사용하는 경향이 두드러지게 나타난다는 등의 차이점을 관찰할 수 있을 것이다. 다만 본고에서 다루고자 하는 것이 이들 사이의 차이점에 관한 것은 아니므로 자세히 논의하지는 않았다. 본고에서 논의하는 SNS에 나타난 표현은 인터넷 언어 가운데 특히 사용자가 모바일을 활용할 가능성이 높으며, SNS라는 특정한 매체를 통해 나타난 표현들이다.

5) 개념적 은유는 Lakoff and Johnson에서 출발한 은유 이론으로, 은유를 언어적인 현상이 아니라 개념적 속성으로 보는 시각이다. 개념적 은유는 수사학적인 언어 결과물로서의 은유 표현보다, 그러한 은유 표현을 산출하고 이해하는 사고・추론 과정에 주목한다. 이에 따라 은유를 한 정신적 영역을 다른 정신적 영역에 의해 개념화하는 인지적 방식으로 파악하고 있으며, 개념적 은유에서 은유를 통해 이해하고자 하는 영역을 목표 영역(target domain)으로, 이를 위해 활용하여 언어적으로 드러나는 영역을 근원 영역(source domain)으로 정의한다. Lakoff and Johnson, *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, 1980.

2. SNS에 나타난 새로운 은유 표현의 수집 및 정리

1) 자료 수집의 대상

SNS는 최근 사용자 수가 증가한 매체로, SNS에서 사용되는 언어 표현을 수집하여 연구용으로 가공한 데이터베이스나 코퍼스는 찾기 어렵다.[6] 또한 SNS에서 사용되는 언어 표현 가운데 특정한 성격을 가진 표현, 즉 본고에서 살피고자 하는 은유 표현만을 따로 모아 정리·분석한 자료 역시 구축된 바가 없다. 따라서 SNS에서 사용된 은유 표현을 수집하기 위해서는 SNS에서 사용되는 언어 표현들을 직접 살펴보면서 해당 표현이 은유적 성격을 갖는지 확인하고, 이를 목록화해야 한다. 아울러 수집한 자료를 정리하기 위해서는 일정한 기준이 필요하다. 정유진·배국진[7]에서는 SNS의 유형을 다음과 같이 6가지로 나누어 정리하고 있다.

[표1] SNS의 유형

유형		특성	예시
①	소셜 네트워킹 일반	특정 사용자나 분야의 제한 없이 누구나 참여할 수 있음	페이스북(facebook.com), 마이스페이스(myspace.com), 오르쿠트(orkut.com), 베보(bebo.com), hi5(hi5.com)
②	비즈니스 소셜 네트워킹	업무나 사업 등의 관계를 목적으로 한 비즈니스 중심의 소셜 네트워킹 서비스	링크드인(linkedin.com), 씽(XING.com), 스포크(spoke.com), 라이즈(ryze.com)
③	블로그 결합 모델	개인 미디어인 블로그를 중심으로 SNS 기능이 결합	윈도우 라이브스페이스(spaces.live.com), 장가(Xanga.com)
④	버티컬 소셜 네트워킹	포토, 동영상, 리뷰 등 특정 분야의 버티컬 UCC 중심의 소셜 네트워킹 서비스	플리커(flickr.com, 사진), 유튜브(youtube.com, 동영상), 딜리셔스(del.icio.us, 북마크)
⑤	협업 기반 소셜 네트워킹	공동 창작, 협업 기반의 소셜 네트워킹	위키피디아(wikipedia.org), 구글캘린더(calendar.google.com)
⑥	커뮤니케이션 중심 소셜 네트워킹	채팅, 메일, 비디오 컨퍼런싱 등 사용자 간 커뮤니케이션 중심의 소셜 네트워킹 서비스	이버디(eBuddy.com, 웹/모바일 기반메신저), 미보(meebo.com, 웹기반 메신저)

6) IT 기업이 구축한 SNS 빅데이터가 있지만, 이러한 빅데이터는 연구용으로 쓰기가 어려운 형편이다.
7) 정유진·배국진, 앞의 책.

이 연구에서는 텍스트를 기반으로 한 의사소통에 중점을 둔 SNS를 중심으로 분석하기 위해 여섯 가지 유형 중 '① 소셜 네트워킹 일반'에 해당하는 것을 위주로 살폈다. ①에 해당하는 SNS는 다시 개방형과 폐쇄형으로 나눌 수 있다. 개방형은 페이스북, 트위터 등 별도의 그룹이나 커뮤니티 가입 없이 게시물에 접근하는 것이 가능하다. 폐쇄형은 네이버의 '밴드', 다음의 '카카오스토리' 등과 같은 유형으로 해당 그룹에 가입하지 않았을 경우 게시물에 대한 접근이 불가능하다. 이 연구에서는 일반 이용자들이 자유롭게 게시물에 접근 가능한 개방형 SNS를 자료 수집의 대상으로 삼았다. 따라서 자료 수집 대상으로 삼은 SNS 매체는 트위터, 페이스북, 인스타그램 등이며 그 외에 추가로 블로그, 웹사이트의 게시글 및 댓글을 일부 포함하였다.[8] 자료의 수집 시기는 2017년 12월부터 2019년 7월까지 총 20개월이었으며,[9] 이렇게 수집한 은유 표현은 총 246개였다.

2) 자료 수집 및 정리

본고의 분석 대상은 SNS에서 등장한 은유 표현이다. 도원영 외[10]에서는

8) 블로그나 웹사이트의 댓글은 엄밀히 말해 ① 유형에 해당하는 SNS에서 사용된 언어 표현이라고 볼 수 없다. 그러나 블로그나 웹사이트의 게시글이 일방적인 의사소통의 성격을 갖는 것과 달리, 블로그나 웹사이트의 댓글은 게시글에 대한 반응으로서 양방향적인 의사소통의 성격을 갖는다. 시정곤에서도 '댓글'이나 '한줄 글쓰기' 등의 언어 속성이 동시적이며 구어적 속성이 강하다는 것이 언급된 바 있다. 따라서 '댓글'도 SNS와 같은 동시적인 의사소통에 의한 언어 표현이라고 보고 수집할 자료로 추가하였다. 시정곤, 앞의 글.

9) Stefanowitsch and Gries에 따르면 코퍼스를 통해 은유 및 환유 표현을 추출하는 방법을 총 여섯 가지로 제시하고 있다. ① 매뉴얼 검색, ② 근원 영역 어휘 검색, ③ 목표 영역 어휘 검색, ④ 근원 영역과 목표 영역에서 온 어휘 요소를 포함한 문장 검색, ⑤ '은유 표지'를 기반으로 한 은유 검색, ⑥ 의미 영역에 대한 주석이 달린 코퍼스 검색 및 추출, ⑦ 개념 사상을 위한 주석이 달린 코퍼스 검색 및 추출 등이 그것이다. 이 가운데 ⑥, ⑦은 기구축된 코퍼스를 대상으로 하여 검색하는 방법으로, SNS 표현만을 수집한 코퍼스는 찾기 어려우므로 이 방법을 쓰기는 어렵다. ②~⑤의 경우에도 기구축된 코퍼스를 바탕으로, 근원 영역과 목표 영역을 정리한 데이터가 있을 때에 효과적으로 사용할 수 있는 방법이다. 따라서 이를 전적으로 사용하기도 어렵다. 따라서 ①의 매뉴얼 검색을 활용하되, ②~⑤의 방법을 보조적으로 활용하였다. Stefanowitsch, A. and S. T. Gries, *Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*, Berlin: Mouton de Gruyter, 2007.

10) 도원영 외, 「은유 데이터베이스 구축을 위한 시론」, 『한국어 의미학』 제61집, 한국어의미학회, 2018.

은유 데이터베이스에 포함할 은유 표현을 “은유적 사고방식에 의해 생성된 다양한 언어 표현들”로 정의하고 있다. 은유적 사고방식이란 본래 나타내고자 하는 원관념(tenor), 목표 영역(target domain)을 보조관념(vehicle), 근원 영역(source domain)을 통해 나타내는 방식이다. 김숙정 외[11]에서는 은유 표현의 데이터베이스 구축의 관점에서 보았을 때, 은유는 직유나 환유와 같은 비유법들과 개념적으로는 구분되지만 언어 표현에서는 혼합된 형태로 실현되므로 데이터베이스 구축 과정에서 이들을 엄격히 구분하거나 일부를 배제할 수 없다고 논의하였다. 이와 같은 점을 고려하면 은유 표현은 전형적인 “A는 B이다”와 같은 형식으로 구조화하지 않더라도 목표 영역을 근원 영역으로 대신하여 표현하는 것이라면 은유적 사고방식에 의해 생성된 은유 표현이라고 볼 수 있을 것이다.[12] 다만 비유 표현에 광범위하게 포함되는 상징은 자료 수집 과정에서 포함하지 않았다. 이는 상징이 동일한 사유 과정을 거쳐 서로 다른 언어 표현으로 실현되는 은유나 직유, 혹은 하나의 대상을 다른 대상으로 대체하여 지시하는 환유 등과는 그 성격에서 차이를 보이기 때문이다. 추상적인 개념을 구체적인 사물이나 표지로 대체하는 상징의 방식은 유사성이나 근접성 등의 근거를 찾을 수 있는 여타의 비유 방식과는 분명히 다르다고 할 수 있다. 따라서 자료 수집 과정에서 은유, 직유, 환유, 활유 등의 다양한 표현을 광범위하게 포함하였으나, 상징에 해당하는 표현은 제외하는 것을 원칙으로 하였다. 따라서 비유의 모든 표현을 그 대상으로 삼았다고 할 수는 없으며, 앞서 정리한 바와 같이 은유적 사고방식에 의해 생성되

11) 김숙정・도원영・최경봉, 「은유의 범주와 유형: 데이터베이스 구축의 관점에서」, 『겨레어문학』 제62집, 겨레어문학회, 2019.

12) 도원영 외에서는 이와 같은 기준에 따라 직유와 환유 등의 비유 표현도 은유 표현의 데이터베이스에 포함하고 있다. 직유, 은유, 환유 표현은 모두 비유적 사유 방식에서 비롯되었다는 점에서 공통적이며, 마지막 산출 과정에서 직접적으로 어떤 표현 방식을 취했느냐에 따라 표현 형식이 달라진 것이라고 본다. 이러한 입장은 김숙정・도원영・최경봉에서도 동일하게 관찰된다. 이 연구에서는 은유적 사고방식에 의해 생성된 표현은 모두 넓은 의미에서 은유 표현이라고 할 수 있다고 보고, 직유, 환유, 활유 및 의인법 등의 언어 표현도 은유 표현의 일부로 보았다. 본고에서도 표현으로서 은유, 직유, 환유 등을 엄격하게 구분하지 않고, 그것이 은유적 사고방식에 의해 생성된 표현이라면 은유 표현으로 판단하였다. 도원영 외, 앞의 글; 김숙정・도원영・최경봉, 앞의 글.

었다고 판단되는 표현만을 수집 대상으로 삼았다.

이와 같은 기준에 의해 SNS에서 수집한 자료는 그 자체로 훌륭한 은유 표현이지만, 이들이 의도하는 은유 의미를 정확하게 파악하기 위해서는 자료를 가공하여 정리할 필요가 있다. 실제로 SNS에서 수집되었으면서, 기존의 사전 등에서는 찾아볼 수 없었던 새로운 은유 표현의 예를 보자.

①[13] ㄱ. 그 뒤로는 빨간약 먹고 각성해서 페미니즘을 읽고 외국의 페미니즘 운동, 우리나라 페미니즘 운동에 대해 찾고 공부했다.[14]
ㄴ. 많은 게 변했다는 게 실감이 나네.. 나 언제 빨간약 먹었어. 사실 난 파란약을 먹고 싶었는데[15]

①의 예는 SNS에서 분석해 낸 은유 표현 가운데 '빨간약을 먹다'가 실제로 사용된 예이다. '빨간약을 먹다'는 현실의 문제를 직시하고 깨닫게 된다는 의미로 사용된다. 이 표현은 비교적 최근에 쓰이기 시작한 것으로, 영화 매트릭스에서 주인공이 빨간약을 선택하여 자신과 인류가 처해 있는 실상을 깨닫게 되는 장면에서 유래한 것이다. 이 유래만 본다면 '빨간약을 먹다'는 이전에 잘 모르고 있던 현실을 직시하게 되는 상황에서 모두 사용할 수 있을 터이나, SNS상에서 실질적으로 '빨간약을 먹다'가 사용되는 맥락을 살펴보면 대부분 한정적이라는 사실을 알 수 있다.

①이 쓰인 맥락은 공통적으로 성차별과 관련된 것으로, 이 표현은 주로 여성들이 성차별과 관련하여 이전에는 문제가 있는 것을 알지 못하고 넘어갔으나 현재는 그것이 문제가 된다는 사실을 새롭게 알게 되었을 때, 그 인식의 계기를 '빨간약을 먹다'로 표현하고 있다. 따라서 이러한 표현을 자주 사용하는 화자는 여성일 가능성이 높고, 사용 맥락은 성차별 문제와 관련되었을 가

13) SNS에서 발견한 예시는 최대한 원문을 그대로 밝히되, 가독성을 고려하여 띄어쓰기나 맞춤법은 일부 수정하였다.
14) 트위터, 2018.5.13, https://twitter.com/6969jegy/status/995476981822058496?s=20(2019.12.31 검색).
15) 트위터, 2019.4.27, https://twitter.com/pocky9dog/statuses/1122019846936379392(2019.12.31 검색).

능성이 높다. 이러한 맥락을 공유하고 있는 이들이라면 '빨간약을 먹다'가 사용된 ①의 내용을 쉽게 이해할 수 있지만, 그렇지 않은 경우에는 이 표현들을 이해하기 위해 별도의 부가 정보를 제시해 주어야 한다. 단순히 '빨간약을 먹다'라는 표현, 즉 이러한 근원 영역이 '현실을 깨닫고 문제의식을 갖다'라는 의미, 즉 목표 영역을 가리킨다는 설명만으로는 부족할 수 있다는 것이다.

이 연구에서는 이런 문제를 해결하기 위해 실제 사용된 용례를 바탕으로 은유 표현의 근원 영역과 목표 영역을 각각 구분하여 분석하였다. 그리고 이 표현이 SNS에서 수집된 것이라는 점을 '분류'를 통해 나타내었다. 그리고 이 표현의 '근원 영역'과 '목표 영역'을 분석하는 것을 기본으로 하여, 은유 표현의 의미를 파악하는 데에 필요한 부가 정보를 '비고'에 제시하였다. '비고'에는 해당 은유 표현을 이해하는 데에 도움이 되는 정보를 제시하였는데, 주로 사용되는 분야, 사용 유래 등이다. 이러한 양식에 따라 정리한 예시를 보이면 아래와 같다.

[표2] SNS 은유 표현 정리 양식

분류	근원 영역	목표 영역	예문	비고
SNS	빨간약을 먹다	현실을 깨닫고 문제의식을 갖다	그때는 빨간약을 먹은 지 얼마 안 되어서 영화에서 여성을 희화화하는 장면을 보고 웃었지만, 지금은 불쾌하기만 할 뿐이다.	- 영화 '매트릭스'에서 진실을 알게 되는 빨간약과 그대로 잊게 되는 파란약 중 진실을 알게 되는 빨간약을 선택해서 먹는다는 것에서 유래되었다. - 주로 페미니즘 관련 이슈에서 사용한다.

3. SNS에 나타난 새로운 은유 표현의 양상 분석

이 장에서는 SNS에서 확인한 새로운 은유 표현의 사용 양상을 분석하고자 한다. 은유 표현은 근원 영역과 목표 영역의 유사성을 포착하여 생성하는 표현이다. 이 가운데 목표 영역은 사용자가 은유 표현을 통해 궁극적으로 의도한 바에 해당한다. 따라서 은유 표현의 목표 영역이 갖는 특성을 살피면, 언

중들이 그 언어 표현을 통해 무엇을 표현하고자 하였는지를 알 수 있다. 본고에서 정리한 은유 표현의 목표 영역을 살핀 결과, 주로 특정한 속성을 갖는 인간을 나타내거나, 현대 사회의 특성을 반영한 인간의 행위, 그리고 일상에서 개인의 취미 활동과 관련된 내용을 나타내고자 하는 것이 다수였다.

일반적인 의미 연구에서는 대상을 의미 특성에 따라 체계적으로 분류하는 것이 이루어지지만, 은유 표현은 표현 목적에 따라서 그 양상이 복잡하게 드러나기 때문에 균일하고 체계적인 방식으로 분류하기가 어렵다. 언중들이 무엇을 표현하고자 하느냐에 따라 특정 부분은 아주 세분화된 분류 체계를 보일 수도 있고, 어떤 부분은 아예 드러나지 않을 수도 있다. 또한 기존의 의미 분류 기준을 그대로 따를 경우, 해당 은유 표현의 의미 특성을 적절하게 보여줄 수 없는 경우가 있다. 예를 들어 '무지개다리를 건너다'와 같은 표현은 주로 애완동물의 죽음을 뜻한다. 이 표현이 동물의 죽음을 나타내므로, 결과 행위의 하나로 분류한다면 이것이 사용되는 영역, 즉 애완동물과 관련된 표현이라는 특성을 포착하기 어렵다. 또한 애완동물들이 죽음을 지시하는 표현인 '별이 되다'와 '무지개다리를 건너다'를 함께 연관하여 살필 수 없게 된다. 이러한 점을 고려한다면, '무지개다리를 건너다'와 '별이 되다'는 애완동물과 함께 사용되는 여타의 표현들과 함께 분류하여 파악하는 것이 보다 적절할 것이다. 따라서 본고에서는 수집한 은유 표현의 목표 영역이 갖는 의미적 특성에 따라 분류하되, SNS에서 나타난 은유 표현의 특성을 적절하게 드러낼 수 있는 방향으로 제시하였다.[16]

SNS에서 등장하는 은유 표현은 크게 '사람, 사회적 활동, 대상, 장소, 속성' 등으로 분류할 수 있다. 사람을 나타내는 표현에는 어떤 특성이나 가치를 가진 사람을 뜻하는 표현이나 신체 일부 외에도, 사람의 행동이나 심리 등 사람과 관련된 표현을 모두 포함하였다. '사회적 활동'은 사람의 일반적인 움직임이 아니라 특정한 목적을 가진 사회적 활동, 즉 사람들의 연애, 취미

16) 기존의 의미 체계에 따라 분류하는 방안도 있지만, 기존의 의미 체계는 영역의 포괄성에 중점을 두고 작성되었기 때문에 SNS에서 포착된 은유 표현이 갖고 있는 영역의 한정성과 특수성을 드러내는 데 부적절하다고 판단하였다.

와 같은 예에 해당한다.[17] '대상'은 주로 어떤 특성이나 속성을 가진 사물 등을 가리키는 표현이며, '속성'은 사람과 대상에 관계없이 특정한 성격을 드러내는 표현, '장소'는 구체적인 장소를 나타내는 표현에 해당한다.

총 246개의 은유 표현 가운데 가장 많은 비중을 차지하는 표현은 사람을 나타내는 표현이다. 사람을 나타내는 표현은 특정한 성격을 지닌 사람, 신체 일부, 사람의 행동을 나타내는 표현 등으로 나누어볼 수 있다. 이 가운데에서도 가장 많은 수를 차지하는 표현은 특정한 성격이나 특성을 지닌 사람을 가리키는 표현이었다. 사람을 나타내는 표현은 총 74건으로, 어떤 특성을 지닌 사람을 지칭하는 표현이 없는 경우에 SNS를 사용하는 언중들은 새로운 은유 표현을 사용하여 그러한 사람들을 구체화하고자 하였다. 이 가운데에서도 가장 많이 발견되는 표현은 사람의 능력을 평가하여 나타내는 표현(어린이, 고자,[18] 금수저, 은수저 등)과 사람을 부정적으로 평가하여 나타내거나 비하하는 표현(고라니, 물음표 살인마, 여왕벌[19] 등)이었다. 그 외에도 역할을 지닌 사람을 나타낸 표현(셔틀, 총대[20] 등), 특정한 외양을 가진 사람을 나타내는 표현(얼굴 천재, 모나미[21] 등), 어떤 특성을 가진 사람을 나타내는 표현(개복치, 비글, 양봉업자[22] 등), 특정한 연령대에 속한 사람을 나타내는

17) 사회적 활동은 사람의 관심사에 의한 활동이라는 점에서, '사람'의 하위 항목으로 분류할 수도 있을 것이다. 그러나 사회적 활동, 예를 들어 취미 가운데 애완동물과 관련된 표현을 살펴보면 반드시 사람이나 사람의 행동 등을 나타낸 표현만으로 구성되지 않는다는 것을 알 수 있다. 사람의 취미와 관련되었으나 애완동물 그 자체를 나타내거나, 애완동물과 관련된 구체물을 나타내는 표현도 발견된다. 따라서 이와 같은 부류는 '사람'에 해당하는 것으로 분류하지 않고 '사회적 활동'으로 따로 분류하였다. 결국 '사람'의 분류에 해당하는 표현은 특정 분야에 국한되지 않는 사람의 일반적 특성을 나타내는 표현이며, '사회적 활동'에 해당하는 것은 사람이 관여하는 특정 분야의 활동과 관련된 표현 전반(사람, 대상, 움직임이나 상태 등)을 나타내는 표현에 해당한다.

18) '어린이, 고자'는 어떤 분야에 미숙하거나 그에 대한 재능이 없는 사람을 말한다.

19) '고라니'는 차도에 고라니처럼 갑자기 뛰어드는 사람, '물음표 살인마'는 끊임없이 질문을 하여 상대를 지치게 만드는 사람, '여왕벌'은 어느 집단에서 특히 남자들에게 영향을 미치는 여성을 가리킨다.

20) '셔틀'은 무엇인가를 가져다주는 사람, '총대'는 집단에서 어떤 책임을 맡은 사람을 나타낸다.

21) '얼굴 천재'는 얼굴이 예쁘거나 잘생긴 사람을 '모나미'는 하얀 상의에 검은 하의를 입은 사람을 가리킨다.

22) '개복치'는 작은 일에도 큰 충격을 받는 사람, '비글'은 매우 활달하고 정신없이 행동하는 사람, '양봉업자'는 매우 다정하게 행동하는 사람을 뜻한다.

표현(급식, 학식[23] 등) 등 그 스펙트럼이 다양하다. 이러한 표현들은 대부분 해당되는 사람에 대한 평가를 내포하고 있는데, 확연하게 비하의 의미를 드러내는 표현 외에도 상당수가 부정적 의미를 내포한다는 점이 주목할 만하다. SNS를 사용하는 사람들은 주로 자신의 마음에 들지 않거나 비하하고 싶은 대상이 나타났을 때 그를 특정하여 압축적으로 표현하고자 하고, 이를 반영한 은유를 선택하거나 생성하여 사용하는 것으로 이해할 수 있다.

사람의 행동과 심리 상태에 관한 은유 표현은 총 52건이었다. 이는 앞서 특정한 속성을 가진 사람을 지시하는 표현과 마찬가지로, 사람의 행동과 심리 상태를 기술할 때 이를 지시할 마땅한 표현이 존재하지 않으므로 이를 좀 더 압축적으로 드러내고자 하는 의도에서 사용된 것으로 보인다. '어떤 대상에 깊이 빠져들었다가 마음이 식었다가를 반복하다'를 '회전문을 돌다'로 표현하거나, '어떤 대상에 너무 깊이 빠져들어 헤어 나오지 못하다'를 '개미지옥에 빠지다'로 표현하는 것 등이 그 예가 된다. 인간관계를 뜻하는 표현이 19건으로 다수 발견되었는데, '빨대를 꽂'거나 '머리채를 잡'는[24] 등과 같이 대다수가 갈등 관계와 관련된 표현들이었다. 또한 심리 표현의 경우 상당수가 불편한 상황으로 인해 겪게 되는 부정적인 감정을 나타낸다는 점(손발이 오그라들다, 눈깽[25] 등)도 특징적이다.

사람의 행동을 나타내는 은유 표현 중에는 사람의 행동과 심리 상태를 드러내는 표현이 상당수 확인되었고, 일상적인 인간의 활동, 신체나 생리 현상 등을 뜻하는 표현은 그리 많지 않았다. 다만, 인간의 신체나 생리 현상과 같은 경우 이를 희화화하려는 의도에서 쓰인 예가 확인되었는데, 땀을 흘리는 것을 '육수를 내다/흘리다'로 표현하거나, 눈물을 흘리는 행위를 '즙을 짜다'로 표현하는 등이 그 예라고 할 수 있다. 그 외에 오늘날의 사회적 변화 및

23) '급식'은 학교에서 급식을 먹는 초·중·고등학생을 '학식'은 학생 식당에서 밥을 먹는 대학생을 말한다.

24) '빨대를 꽂다'는 사람이 다른 사람에게 기생하는 것을 '머리채를 잡다'는 애먼 사람을 걸고 넘어져 갈등을 빚는 것을 뜻한다.

25) '손발이 오그라들다'는 심하게 유치하고 민망함을, '눈깽'은 불쾌감을 주는 무엇인가를 보고 괴로워함을 나타내는 표현이다.

언중들의 인식 변화를 민감하게 반영한 표현을 들 수 있다. 앞서 예로 들었던 '빨간약을 먹다', '코르셋을 입다/벗다' 등인데, 페미니즘 운동과 관련한 의식 변화를 확인할 수 있는 표현이다.

다음으로는 사람의 사회적 활동에 관한 은유 표현이다. 이 유형에 속하는 표현은 단순히 육체적 움직임이나 생리 현상 등을 나타내는 표현이 아니라, 특정한 목적을 가진 사회적 활동을 말한다. 이 가운데 눈에 띄는 것은 온라인 활동, 특히 SNS 활동과 관련된 다양한 표현이 포함되어 있다는 점이다. 총 17건이었는데, 온라인상에 등록된 게시물을 삭제하거나(펑하다), 업로드된 자료를 다운받거나(기차를 타다, 기차를 놓치다[26] 등), 이슈가 된 게시물을 다시 돌아보는(성지 순례를 하다) 등이 그 예이다. SNS에서 나타나는 이러한 표현들은 온라인에서의 활동을 일상적인 삶으로 받아들이는 사용자의 의식이 투영된 것이다.

한편, SNS의 은유 표현에서 많은 부분을 차지하는 표현에는 취미나 온라인 활동을 들 수 있다. 먼저 취미 활동과 관련된 표현으로 총 47건이 확인되었는데, 애완동물 키우기, 연예인에 대한 팬 활동, 게임, 스포츠 등 여러 영역에 걸쳐 있다. 이러한 취미 영역의 은유 표현은 같은 취미를 가진 이들끼리의 결속력을 강화하는 역할을 수행한다. 애완동물과 사람의 관계를 나타낸 표현이나(집사, 주인[27] 등), 애완동물의 종류나 동물의 일부분을 가리키는 표현(고등어, 젤리[28] 등)을 찾아볼 수 있다. 팬 활동과 관련한 표현으로는 스타와 팬 사이의 관계와 활동에 관한 표현(조공, 역조공[29] 등)이나 공연 관람과 관련된 표현(포도, 면봉[30] 등)이 눈에 띄며, 게임의 경우 사람들의 수준

---

26) '기차를 타다'는 인원 제한이 걸려 있는 자료를 다운받는 데 성공하다의 의미를 '기차를 놓치다'는 그런 자료를 다운받는 데 실패하다의 의미를 나타낸다.

27) '집사'는 애완동물을 기르는 사람을, '주인'은 기르는 애완동물을 가리킨다. 애완동물과 주인 간의 역전된 관계가 은유 표현을 통해 드러난다. 이는 3장에서 논의할 내용으로 은유적 의미의 적용 전환의 예이다.

28) '고등어'는 짙은 갈색이나 검은색으로 얼룩이 있는 고양이를, '젤리'는 고양이나 개의 발바닥을 가리키는 표현이다.

29) '조공'은 팬들이 스타에게 선물을 하는 행위, '역조공'은 반대로 스타가 팬에게 선물을 하는 것을 말한다.

30) '포도'는 온라인 예매창에서 아직 예매되지 않은 좌석을 가리킨다. '면봉'은 공연장에서 무대 위

차이를 나타내는 표현(심해[31] 등)이나 특정 게임 내 행동에 대한 표현(어그로를 끌다[32] 등) 등을 확인할 수 있다. 그 외에 취미의 특정 분야에 국한되지 않는 표현들도 있었는데, '덕통사고, 영업'[33] 등이 그 예이다.

그 외에 SNS 사용자들의 연령대를 반영한 표현들도 있었는데, 이는 연애와 관련한 은유 표현이다. 연애와 관련된 표현은 15건이었는데, 이 가운데 8건은 일반적인 연애 사건과 관련된 표현(골키퍼, 똥차[34] 등)과 연애 당사자 중 하나가 군복무 중인 때의 연애 사건과 관련된 표현(고무신, 군화, 꽃신[35] 등)이다. 특히 연애와 관련한 표현은 20대 초반에서 많이 사용되는데,[36] SNS 사용자들 가운데 중장년층이나 노년층보다는 청소년이나 청년층이 많다는 것을 고려하면 납득할 수 있는 내용이다.

대상을 나타내는 표현 중에는 특정한 구체물을 나타내는 표현과, 속성이나 대상에 대한 평가를 반영한 표현이 22건 확인되었다. 전자는 몹시 단단한 휴대 전화를 가리키는 '벽돌', 크기가 매우 큰 날벌레를 지시하는 '팅커벨' 등이 있었으며, 후자로는 흥미를 끌 만한 대상을 '떡밥'에 투사하거나 몹시 싫은 대상을 '지뢰'로 표현하는 예가 이에 해당한다. 이렇게 대상을 나타내는 표현은 어떤 구체물 자체를 목표하는 표현보다 대상의 속성, 대상에 대한 평가를 포함한 표현이 많았다.

특정한 사람이나 대상을 가리키는 것이 아니라, 속성 그 자체를 드러내는 표현도 있다. 수능의 쉽고 어려움을 '물수능, 불수능[37]'으로 표현할 때의

의 사람들이 작게 보이는 것을 나타내는 표현이다.

31) '심해'는 게임 실력이 아주 낮은 수준에 해당한다는 뜻이다.

32) '어그로를 끌다'는 일부러 관심을 끌기 위해 악의적인 행동을 하는 것을 말한다.

33) '덕통사고'는 좋아하는 대상에게 빠지게 된 순간을 가리키고, '영업'은 자신이 좋아하는 분야, 대상을 다른 이에게 널리 알리는 것을 나타낸다.

34) '골키퍼'는 구애 대상자의 연인을, '똥차'는 안 좋게 헤어진 지난 연인을 말한다.

35) '고무신'은 군에 간 애인을 기다리는 여자, '군화'는 군 복무 중인 남자, '꽃신'은 애인의 복무 기간이 끝난 여자를 가리키는 표현이다.

36) 표준국어대사전에 실린 '똥차'의 비유적인 의미는 '헌 차나 고물차', '결혼이나 졸업 따위의 시기를 놓친 사람'이다.

37) '물수능'은 평년보다 쉬운 난이도로 출제된 수능을, '불수능'은 평년보다 어려운 난이도로 출제된 수능을 말한다.

‘물, 불’이나, 무언가가 말랑말랑한 성격을 갖는다는 것을 나타낸 ‘모찌’ 등이 그 예에 해당한다. 이러한 표현은 총 13건이었다. 그 외에 장소를 나타내는 표현은 총 6건이 나타났는데, 이들은 대체로 특정한 국가를 뜻하는 표현들에 해당했다. 우리나라를 ‘반도’, 중국을 ‘대륙’으로 투사한 경우가 그 예이다.

위에서 논의한 내용을 분류표로 정리하면 아래와 같다.

[표3] SNS에서 나타난 새로운 은유 표현의 분류

분류			수	예시
사람	신체		2	옥수수, 강냉이[38]
	특성	외모	8	얼굴 천재, 모나미룩
		능력	26	어린이, 고자, 은수저, 금수저
		역할	9	셔틀, 총대
		연령	4	학식, 급식, 회식
		성격	5	비글, 양봉업자, 개복치
		부정, 비하	20	고라니, 물음표 살인마, 여왕벌
	행동, 심리	인간 관계	19	빨대 꽂다, 머리채를 잡다
		평가	12	뼈때리다, 고막이 썩다
		심리	14	회전문을 돌다, 개미지옥에 빠지다
		사회	4	빨간약을 먹다, 코르셋을 입다/벗다
		생리현상	3	육수를 내다/흘리다
사회적 활동	취미	동물	18	집사, 주인, 고등어, 젤리
		게임	8	어그로를 끌다, 고인물, 청정수
		팬 활동	9	포도, 면봉
		기타	12	덕통사고, 영업
	연애	일반	8	골키퍼, 똥차
		군대	7	군화, 고무신, 꽃신
	온라인	온라인	17	기차를 타다/놓치다, 성지순례를 하다
대상	구체물		2	벽돌, 팅커벨
	속성		20	떡밥, 지뢰
장소			6	반도, 대륙
속성			13	물, 불, 모찌
계			246	

SNS에서 사용되는 은유 표현이라고 해서 언제나 완전히 새로운 표현인 것은 아니다. 이미 언중들에게 충분히 익숙해져 관습화된 은유 표현들도 널리 사용된다. 개념적 은유의 대표적 예시 가운데 하나로 〈시간은 돈이다〉를 들 수 있는데, 이와 관련된 은유 표현으로 '시간을 낭비하다'나 '시간을 아껴 쓰다' 등과 같은 표현이 트위터나 블로그 등에서 사용되는 예를 쉽게 찾아볼 수 있다. 반면 기존의 은유 표현과 SNS에서 관찰한 은유 표현의 차이점은 특정한 맥락, 상황, 사용층에서 개별적으로 사용되는 은유 표현이 다수 관찰된다는 점이다. 특히 취미 등을 공유하는 특정한 사용 계층에 속한 사람들이 서로만 알아볼 수 있는 표현을 생성, 사용한다는 점이 특징적이라고 할 수 있다. 이처럼 SNS에서 새롭게 확인된 은유 표현은 특수 계층이나 집단에서 생성, 사용한다는 점을 고려하면 은어적인 성격이 강하다고 할 수 있다. 다만 이러한 표현이 은유적 사고방식에 의해 생성된 것은 분명하므로, 이를 은유 표현에서 배제하기보다는 포함시켜서 다루는 것이 더 적절하다.

또한 관습적으로 굳어진 은유 표현 역시 새로운 은유 표현에서부터 출발하였으며, 이것이 오래 사용되고 확장하는 과정을 거쳐 현재와 같은 굳은 은유로 정착되었을 가능성이 크다. 또한 모든 굳은 은유가 처음부터 언중들 모두에게 보편적으로 받아들여지고, 쓰였을 것이라고도 확신할 수 없다. 이를 고려한다면 현재 SNS에서 특수한 사용층만이 사용하는, 은어적 성격이 강한 표현이라고 하더라도 이후 언중들에게 널리 수용되어 굳은 은유가 될 가능성을 배제할 수 없다. 비교적 근래에 출현한 '어그로', '금수저', '은수저', '떡밥' 등의 표현이 이미 〈우리말샘〉에 표제어로 등재된바, 이는 은어적 성격을 가지고 있던 새로운 은유 표현이 점차 관습적인 은유 표현으로 자리 잡아 간다는 점에 대한 근거 자료가 된다.

SNS에서 사용된 새로운 은유 표현들은 언중들이 자신의 일상에서 만나게 되는 새로운 인간상, 또는 길고 복잡하게 설명해야 하는 사람의 행동이나 상태에 대해 표현하고자 한 결과물인 경우가 많았다. 또한 SNS 사용자들이 현

38) 신체 부위인 '이[齒]'를 가리킨다.

대 사회에 대해 갖고 있는 관심이나 의식 변화, 상황에 대한 표현 욕구가 새로운 은유 표현으로 표출되었다고 할 수 있다. 특히 사람과 관련되었거나 사람 자체를 뜻하는 표현이 다수를 차지하고 있다는 점은 사람에 대한 관심과 평가를 효과적으로 드러내고자 하는 심리가 반영된 결과로 해석할 수 있다.

위와 같은 분류를 통해 본고는 SNS에서 확인된 은유 표현이 일회적이거나 특수한 사례에 그치는 것이 아니라는 점을 강조하고자 한다. 각각의 표현이 특정한 의미 범주로 묶일 수 있다는 것은 그 안에서 의미적 구조화가 가능하다는 것을 뜻한다. 실제로 '불수능'은 '물수능'과 짝을 이루고, 초중고생을 나타내는 '급식'은 대학생을 나타내는 '학식', 직장인을 나타내는 '회식'이라는 표현과 계열을 이룬다. '물수능'을 이해하기 위해서는 '불수능'을 알아야 하고, '회식, 학식'을 이해하기 위해서는 '급식'이 어떤 의미를 갖고 있는지를 알아야 한다. 이렇게 서로 연관된 은유 표현들은 공통적인 사고방식에 의해 형성되는 것으로 볼 수 있다. '급식, 학식, 회식'은 각 연령대에 특화된 식사 형태를 통해 확장되었다. 이러한 확장의 방식은 종종 확인되는바, 이어지는 4장에서는 3장에서 분류한 결과를 바탕으로, SNS에서 나타난 새로운 은유 표현들의 확장 양상에 대해서 논의할 것이다.[39]

4. 새로운 은유 표현과 개념적 은유 영역 확장

SNS에서 확인된 은유 표현은 기존의 은유 표현에 비해 새로운 표현이기는 하나 그 의미를 유추해 내는 과정이 아주 어렵거나 생소하지는 않다. 이는 언중들이 새로운 은유 표현을 생성하거나 수용할 때 기존에 있던 은유적 단서들을 활용하기 때문이다. 예를 들어, '골키퍼 있다고 골 안 들어가냐'는 사랑의 관계를 스포츠 게임으로 개념화한 데에서 출발한다. 이는 〈사랑은 게임이다〉라는 개념적 은유에 포함되는 개별 표현이다. 그리고 SNS에서 발견

39) 물론 상당수의 표현이 해당 표현 개별적으로 이해되는 것은 사실이며, [표3]에서 제시한 부류가 모두 새로운 표현으로 확장되는 양상을 보이는 것도 아니다. 그러나 새롭게 나타나는 표현들 가운데 유사한 사유 과정을 거쳐, 서로 관련 있는 것으로 보이는 표현이 다수 관찰되며, 본고에서 중요하게 다루고자 하는 부분도 이에 해당한다.

되는 비교적 새로운 은유 표현 중 '골키퍼 있다고 골 안 들어가냐'와 같은 맥락에서 이해되는 표현을 찾아볼 수 있다. '당신은 선수가 아니라 관객이다[40]', '너야말로 심판인 척 말고 응원이나 해라' 등과 같은 표현이 그 예이다. 이러한 표현들은 〈사랑은 게임이다〉라는 개념적 은유에서 사랑의 구조와, 게임의 구조에서 유사성을 찾아 사상한 결과로 이해된다. '골키퍼 있다고 골 안 들어가냐'의 경우에는 구애 행위, 특히 이미 연인이 있는 대상에 대한 구애 행위를 축구 경기의 장면으로 나타낸다. 구애자, 구애 대상자와 그의 연인, 그리고 구애 행위 자체를 축구 선수와 필드의 구조물, 그리고 선수와 골키퍼의 행위로 나타내는 것이다. 이런 개념 영역의 구조화는, 이후 이러한 상황을 표현하고자 하는 의도에 따라 다른 은유 표현을 생성해 낼 가능성을 갖게 된다. 이러한 표현들을 적절하게 사용하고 이해하는 과정은, 해당 표현의 사용자들이 '골키퍼 있다고 골 안 들어가냐'라는 표현과 그 표현이 개념화하는 개념적 은유를 이해하고 있으며, 이를 바탕으로 새로운 표현을 사용하는 것으로 가능해진다.

[표4] 〈사랑은 게임이다〉의 개념 사상 양상

게임		사랑
골키퍼		구애 대상자의 연인
골	⇨	구애 행위
선수		애정 관계에 속하는 당사자
관객		제삼자
심판		남의 애정 관계에 참견하는 사람

사람의 특성, 특히 부정적인 특성을 동물로 빗대는 표현이나 인간관계를 싸움으로 비유하는 표현, 긍정적인 대상을 먹을 수 있는 것으로 투사하는 표현 등은 언중에게 아주 익숙한 개념적 은유가 작동하는 경우이다. '여왕벌, 개복치, 고라니' 등 사람의 행동에 대한 비하의 의미를 동물로 표현하는 예

40) 연애 당사자가 아닌 제삼자가 연인 관계에 함부로 끼어들지 말라는 뜻이다.

를 많이 찾아볼 수 있는데, 사람을 동물에 빗대는 은유적 표현 방식은 언중들에게 익숙하다. 생산자는 이미 학습한 개념적 은유를 활용하여 새로운 은유 표현을 만들어내게 된다. 또한 수용자는 처음에는 낯설게 들었더라도 이미 학습된 은유적 표현 방식임을 어렵지 않게 인지하게 된다.

이와 같은 예는 언어 사용자들이 같은 관심사를 가지고 있을 때에 더 분명하게 드러난다. 고양이를 키우는 사람들 사이에서 사용되는 '집사'는 고양이를 키우는 주인을 은유적으로 나타낸다. 본래 사람이 고양이의 주인이 되어야 하지만, 고양이의 도도한 특성 때문에 주인이 스스로를 '고양이를 보살피는 집사'로 강등하여 표현한 것에서 비롯되었다. 이러한 표현 방식은 자연스럽게 고양이를 '주인'으로 표현하는 것으로 확장된다. 하나의 은유 표현을 기반으로 다른 표현으로 확장되고, 이것은 고양이와 그 고양이를 돌보는 주인의 관계가 동일한 은유 안에서 설명될 수 있다는 것을 보여준다.

고양이와 주인에 대한 은유는 기존에 사람들이 애완동물과 그를 돌보는 주인에 대해 갖고 있는 인식과는 상이한 양상에서 출발하였다고 할 수 있다. 고양이의 주인을 집사로 표현하는 이러한 은유는, 기존에 '집사'가 갖고 있던 의미와는 다르게 은유적 의미의 적용 전환이 일어났다고 보는 것이 타당하다. 이러한 표현은 이제 고양이의 경우를 넘어서서 적용되고 있다. 고양이와 유사한 역할을 하는 애완동물의 경우에도 동일한 은유 표현이 적용된 경우를 확인할 수 있다. 아래는 트위터에서 찾은 예시이다.

② ㄱ. 스피츠 집사님도 자기도 스피츠 키운다고 하셔서 진짜 깜짝 놀랐고, 너무 반가웠어요[41]
ㄴ. ○○은 과연 몇 마리의 동물을 모시는 집사로 살고 있을까요?[42]

(②ㄱ)은 고양이와 주인의 관계에 쓰이던 '주인-집사'의 은유가 개와 주인

41) 트위터, 2019.7.8, https://twitter.com/Rupesia_/statuses/1148131818652090368(2019.12.31 검색).
42) 트위터, 2018.9.15, https://twitter.com/clawham_/status/1040630777707343872?s=20(2019.12.31 검색).

의 관계, 특히 개 품종의 하나인 스피츠와 집사의 관계로 한정하여 사용된 예이다. (②ㄴ)은 상위 관계로 확장되어 애완동물과 그를 돌보는 주인의 관계로 쓰였다. 본래 고양이를 키우는 주인에게만 '집사'라는 표현을 쓰다가, 고양이를 포함하여 애완동물을 키우는 사람을 아울러 '집사'를 가리키는 용법으로 확대된 것이다.

'집사'는 새로운 의미 획득을 통해 애완동물과 주인의 역전된 관계를 나타내는 데에 사용된다. 그런데 이러한 관계를 나타내는 데에 사용되는 표현이 '집사, 주인'만 있는 것은 아니다. 집사가 주인을 모시는 것처럼 (②ㄴ)에서와 같이 '동물을 모시다'의 표현으로도 사용된다. 이는 애완동물과 주인의 관계를 각각 '주인'과 '집사'로 은유적으로 나타낸다는 것을 알지 못하면 그 명확한 의미를 파악하기 어렵다. 이처럼 (②ㄴ)에서 사용한 '동물을 모시다'라는 표현이나 아래 ③에서 확인할 수 있는 '간택'의 사용은 '집사-주인'의 은유적 의미 맥락 안에서 적절하게 이해된다.

③ ㄱ. 어느 비 오는 날 골목길에 상처입고 엎드려 있는 까만 솜털을 발견한 현제현제 그리고 내가 지금 다치긴 했지만 성깔은 안 죽었단다 하고 냥펀치 날리는 유진냥
-이게 바로 집사 간택이라는건가?^^[43]
ㄴ. 이거 설마... 길냥이에게... 간택..당한..건가...?[44]

③의 '간택'은 동물인 고양이가 자신의 주인을 직접 선택한 것을 표현한 것으로, 고양이, 혹은 동물과 그 주인의 관계를 역전하여 나타내는 것이 분명히 확인된다. 따라서 애완동물이 인간의 주인이라는 은유의 개념적 영역을 보다 공고히 하고, 확장해 주는 표현들이 된다. 이는 단순히 '모시다', 혹은 '간택'이 새로운 은유적 의미를 획득하게 되었다는 데에서 그치는 것이 아니다. 이들은 하나의 맥락을 공유하고 있으며, 맥락을 통해서 그 의미를 파악

43) 트위터, 2019.7.4, https://twitter.com/afrd_1785/statuses/1146568166945902592(2019.12.31 검색).
44) 트위터, 2019.4.12, https://twitter.com/sansa_wars/status/1116624436814176257?s=20 (2019.12.31 검색).

할 수 있다. 같은 관심 분야에 속하며 유사한 맥락을 공유하고 있는 표현들은 이렇게 비슷한 의미의 복수로 생성된 표현을 아주 자연스럽게 받아들인다. 이처럼 맥락의 공유가 은유 표현의 생성이나 이해, 사용에서 중요한 역할을 하는 것이다. 주인과 애완동물 사이의 관계가 주인, 혹은 보다 지위가 높은 이와 그 하인, 혹은 지위가 낮은 이의 관계에 사상되고, 이러한 사상을 통해 '간택'이나 '모시다' 등의 표현 역시 은유적 설득력을 갖게 되기 때문이다. 이러한 표현들은 사랑을 권력으로 이해하고, 사랑받는 이를 권력을 쥔 이로 나타낸 결과라고 할 수 있을 것이다. 이는 〈사랑받는 것은 권력을 얻은 것이다〉 정도로 개념화할 수 있다.

다른 예시를 통해서도 유사한 상황을 확인할 수 있다. 특정한 집단, 특히 게임에서 경력이 오래되어 실력이 좋은 사람을 나타내는 표현으로 '고인물'이 있다. 이 표현은 사람의 들고 남을 물의 흐름으로 나타낸 데에서 비롯된 것으로, 다른 분야나 게임으로 옮겨가지 않고 한곳에 오래 머무르고 있는 이를 '고인물'로 나타낸다. 여기에서 더 나아가, 능력이 다른 이들보다 월등한 이를 고이다 못해 '썩은물'로 표현하고, 해당 분야에 새롭게 진입한 이는 '청정수'로 나타낸다.[45]

④ 12 레벨 청정수 있는 곳에서 고인물들이 뭐하는 거냐!!![46]

④에서 게임 레벨이 낮은 이는 '청정수'로, 반대로 레벨이 높은 이는 '고인물'로 표현한 것을 확인할 수 있다. 이러한 표현들은 결과적으로 사람, 그리고 사람의 들고 남을 물의 흐름으로 나타낸다는 '고인물'의 은유적 의미 맥락을 파악하지 못하면 이해하기 어렵다. SNS의 특성상 동일 사용역 안에서 소통하기 때문에 비슷한 은유를 생산하고 공유하는 것이 상대적으로 수월한 데서 오는 특징이라고 할 것이다. 이러한 '청정수, 고인물, 썩은물'의 관계는

45) 이러한 표현은 온라인 게임에서만 국한되어 사용되는 것은 아니다. 지금은 그 쓰임이 확장되어 숙련도를 필요로 하는 분야들에서 '고수'나 '초보' 등을 가리키는 데 사용된다.

46) 트위터, 2019.1.16. https://twitter.com/Neko_Tsuki_0522/status/1085325997224865792?s=20(2019.12.31 검색).

흐르는 물과 새로움, 경험이 없음을 연관시키고, 흐르지 않는 물과 오래됨, 경험이 많음을 연관시키는 은유적 사상을 확인할 수 있다.

'고무신을 거꾸로 신다'의 경우에도 의미적으로 관련된 새로운 표현을 생성한 예이다. '고무신을 거꾸로 신다'는 군 복무 중인 연인을 둔 맥락에서 자주 사용되었고 군 복무 중인 남자친구를 둔 여자라는 새로운 은유 표현인 '고무신'이 나타났다. 또한 이는 기존의 관용어나 속담과 같은 표현을 이루던 핵심어가 새로운 은유 표현으로 사용되면서 유사하게 사용될 수 있는 표현들로 확장을 겪었다. '고무신을 거꾸로 신다'와 같은 관용구의 경우 배신의 주체가 군에 간 애인을 기다리는 여성이었는데, 상황에 따라 군에 가 있는 남성이 배신하는 경우를 나타낸 '군화를 거꾸로 신다'라는 표현이 새롭게 나타났다. 실제 SNS에서 '군화를 거꾸로 신다'라는 표현은 아래와 같이 사용된다.

⑤ ㄱ. 고무신 거꾸로 안 신고 기다릴 거야!!!! 우리 ○○도 군화 거꾸로 신으면 안 돼..ㅠㅠ[47]
ㄴ. 남자친구 군대 기다려 줬는데 두 달 뒤에 차였어요.. 요즘은 진짜 군화 거꾸로 신는 게 겁 남.[48]

'군화를 거꾸로 신다'는 '고무신을 거꾸로 신다'와 대비되는 표현으로, '고무신을 거꾸로 신다'에서 '고무신'이 단독으로 행위의 주체인 여성을 나타내게 된 것처럼 '군화'가 단독으로 행위의 주체, 주로 군 복무 중인 남성을 나타내는 표현으로 사용된다. 이미 관습적으로 굳어진 은유 표현의 적용 전환을 통해 새로운 표현이 만들어진 것이다. 즉 '고무신을 거꾸로 신다'는 '군화를 거꾸로 신다'로 변이하여, 은유 표현이 포함된 의미 영역 안에서 새로운 표현을 만들어냈다. 군 복무 기간 중에 연인 관계에 있는 두 사람 중 어느 한쪽이 상대방을 배신하는 사건을 '어떠한 신발을 거꾸로 신다'와 같은 표현에 투영하고 있다.[49]

47) 트위터, 2019.4.25. https://twitter.com/Springday91/statuses/1121071687343042560(2019.12.31 검색).
48) 페이스북, 2016.12.9. https://www.facebook.com/ssumta1/posts/1137930852928182(2019.12.31 검색).

‘고무신을 거꾸로 신다’라는 표현에서 출발한 새로운 은유 표현은 더욱 다양하게 확장되고 있다. ‘고무신’에서 출발한 ‘꽃신’과 같은 표현이나, 군대에 간 애인을 기다리는 여자를 나타내는 표현인 ‘인어’, ‘직녀’ 등의 표현이 그 예가 된다.[50] 이는 하나의 은유 표현이 그 자체로 그치는 것이 아니라 의미적 연관성을 가지는 다양한 표현을 생산하는 기폭제가 될 수 있음을 보여준다. ‘고무신을 거꾸로 신다’가 형성한 개념적 은유의 영역이 때로는 확대되고 때로는 세분화하면서 관련 의미망을 넓혀 간다고 하겠다.

그 외에도 ‘은수저’에서 비롯된 ‘금수저, 동수저, 다이아몬드수저, 흙수저’ 역시 동일한 은유적 맥락을 공유하면서 확장된 예이다.[51] ‘수저’와 결합한 ‘은’이 경제적 가치를 판별할 수 있는 귀금속이므로, 여타의 귀금속도 ‘수저’와 결합하여 자연스럽게 사용된 것이다. 특히 귀금속과 물리적 속성이 비슷한 부류 중 가장 흔하고 가치가 낮은 ‘흙’과도 결합하여 대립적인 의미로 널리 쓰인다. 이는 ‘수저’로 표현하는 경제적 계층을 적용의 전환을 통해 개념적 은유 영역을 확대한 결과라고 볼 수 있다.

이와 같은 예들은 단순히 새로운 은유 표현이 생긴 것이 아니고, 또한 단순히 기존의 은유 표현에서 선택・강화된 표현이 은유적 의미를 획득하게 된 것도 아니다. 기존에 사용되던 은유 표현과 의미적으로, 그리고 언어적으로 연관성을 충분히 파악할 수 있는 표현이 새롭게 나타나고, 이를 통해 본래 형성되어 있었던 개념적 은유의 영역이 보다 정교하게 확장된 것이다. 이와 같은 예시들을 통해, SNS에서 사용되는 은유 표현이 기존에 사용되던 표현을 바탕으로 새로운 은유를 지속적으로 생성하면서 해당 개념적 은유 영역

49) 이러한 표현들은 이전에 없었던 새로운 개념화 양상이라고 볼 수 있다. 물론 사람을 물체, 대상으로 나타낸다는 점에서는 기존의 개념적 은유와 성격이 같다고도 할 수 있을 것이나, 사람을 고무신, 군화, 꽃신 등의 신발로 나타내는 것은 사람을 개념화하는 익숙한 방식이라고는 할 수 없다.

50) ‘꽃신’은 교제 기간 동안 남자친구가 군 복무를 마친 여자를 가리키며, ‘인어’, ‘직녀’는 남자친구의 군 소속에 따라 분화된 표현으로 ‘인어’는 해군을 남자친구로 둔 여자를, ‘직녀’는 공군을 남자친구로 둔 여자를 말한다.

51) ‘은수저를 물고 태어나다’라는 영어권의 관용어에서 출발한 표현으로, 이 관용어는 부유한 가정에서 태어났음을 의미한다. 이 관용어의 일부인 ‘은수저’는 가정 형편의 부유함을 나타내는 표현으로 자리매김하였고, 나아가 귀금속인 ‘은’을 다른 금속류로 치환하거나, 혹은 다른 재료들과의 결합을 통해 경제적 계층성을 드러내는 표현들로 확장하는 기반을 마련하였다.

을 확대해 나간다는 점을 명백히 확인할 수 있다. 이러한 확장 과정에서 중요한 점은 사용자들이 은유 표현의 맥락을 함께 공유한다는 점이다. SNS 사용자들은 동일한 관심사를 갖고 있는 사람들이 서로 그룹을 형성하는 경향이 강하다.[52] 사용자들은 서로 '팔로우, 좋아요' 등으로 동일한 관심을 갖고 있음을 표명하며, SNS는 동일한 관심사를 가지고 있다고 판단되는 사용자들을 추천인으로 묶어 제시한다. 따라서 SNS 사용자들은 같은 관심 분야를 가진 사람들이 하나의 집단을 이루기 쉽다.[53] 게시글을 '퍼 가'거나, '좋아요'를 누르는 행위, 혹은 트위터의 RT를 통해 게시글을 재게시하는 행위를 통해 언어 표현이 복제・재생산된다. 이렇게 생각과 언어 표현을 공유하면서, 언어적 결속이 강화되어 특정한 집단에서 사용한 표현이 내적 강화를 거쳐 새로운 표현으로 입지를 굳히는 계기를 마련하는 것이다. 그 결과 기존의 은유 표현을 알고 있어야 그 정확한 의미를 파악할 수 있는 새로운 표현들이 많이 발생하게 된다.

5. 결론

지금까지 SNS에서 사용되는 새로운 은유 표현들의 양상에 대해 살펴보았다. 이를 위하여 먼저 개방형 SNS의 게시물을 살펴, SNS에서 사용되는 은유 표현들을 수집하여 정리하였다. 그리고 이들의 양상을 살펴본 결과를 다음과 같이 정리하였다.

---

52) 이는 사회학적 개념에서 동종애적 상호작용에 해당한다. 안민호에 따르면, 사회 연결망을 동종애적인 것과 이종애적인 것으로 나누어 설명하고 있는데, 사회적 소통의 기반이 되는 사회 연결망은, 집단을 구성하는 사람들 사이의 내부적인 긴밀한 연결망과 집단 외부 구성원들과 집단 내부 구성원을 연결하는 약한 연결망으로 구성된다고 본다. 전자는 집단의 동질성과 정체성, 응집력과 친밀성을 강화하는 방향(동종애적 네트워크)으로, 그리고 후자는 집단이 폐쇄성을 극복하고, 개방적이고 외부 환경 적응력을 키워 갈 수 있는 방향으로(이종애적 네트워크) 작용한다. SNS의 이런 동종애적 연결을 바탕으로, 이들의 대화와 의사소통의 측면을 바라본 것이 "동종애적 소통"에 해당한다. 안민호, 「SNS는 얼마나 동종애적인가?」, 『한국방송학보』 제28권 5호, 한국방송학회, 2014.

53) 이 집단의 결속력은 강하지도, 폐쇄적이지도 않다. 사용자들은 서로에 대한 지인 정도로 남아 있는 것이 대부분이나 생각, 언어 표현 등이 공유되고 확대・재생산되는 데에는 충분할 정도의 일체감을 형성한다.

SNS에서 새롭게 나타나는 표현들은 SNS 사용자들의 표현 요구를 반영하고 있다. 사용자들이 표현하고 싶었으나 기존의 표현으로는 이를 만족스럽게 나타낼 수 없을 때, 보다 압축적인 표현으로 새로운 은유 표현을 선택하는 것을 관찰하였다. 이러한 점은 은유 표현의 목표 영역을 살핌으로써 확인할 수 있었다. SNS 사용자들은 어떤 특성을 지닌 사람을 나타내기 위해 새로운 은유 표현을 가장 많이 사용하였고, 그 외에도 복잡하게 표현해야 하는 사람의 행동을 나타내거나 현재의 사회 현상을 반영하는 표현을 만들기 위해서 새로운 은유 표현을 많이 사용하였다. 그뿐만 아니라 사용자들의 사회적 활동, 즉 관심 분야인 취미 생활이나 연애 등을 나타내기 위한 표현이 많이 나타나는 것을 알 수 있었다.

이렇게 다양한 은유 표현들은 은유적 의미 맥락을 공유하는 다수의 표현을 만들어 내기도 하며 이를 통해 새로운 개념적 은유가 형성되는 것을 살펴볼 수 있었다. SNS 사용자들은 생각과 언어 표현을 공유하는 사람들 간 복제·재생산을 통해 새로운 은유 표현을 만들어 사용하는 경향을 보인다. 이러한 경향으로 인해 같은 맥락을 공유하는 은유 표현이 새롭고 참신한 것이더라도 사용자들 사이에서 확고하게 자리 잡을 수 있으며, 이를 통해 은유적 사상이 강화되어 이전에는 없었던 새로운 개념적 은유를 찾아볼 수 있었다.

▮ 참고문헌

곽현수,「SNS의 관계특성과 콘텐츠요인이 신뢰와 정보확산에 미치는 영향」, 대전대 박사학위논문, 2017.

권연진,「컴퓨터 통신어의 언어학적 연구」,『언어과학』제5권 2호, 한국언어과학회, 1998, 257-271면.

김선철,「통신언어 준말의 형성에 대한 음운론·형태론적 고찰」,『언어학』제61호, 한국언어학회, 2011, 115-129면.

김숙정·도원영·최경봉,「은유의 범주와 유형: 데이터베이스 구축의 관점에서」,『겨레어문학』제62집, 겨레어문학회, 2019, 221-249면.

김진해,「개념적 은유의 보편성과 특수성」,『한국어 의미학』제46집, 한국어의미학회, 2014, 331-349면.

김혜령,「속담 기반 표현의 특성」,『한국어 의미학』제54집, 한국어의미학회, 2016, 203-229면.

노양진·나익주 역,『삶으로서의 은유』, 박이정, 2006.

도원영 외,「은유 데이터베이스 구축을 위한 시론」,『한국어 의미학』제61집, 한국어의미학회, 2018, 55-79면.

박동근,「통신언어의 유형에 따른 언어학적 기능 연구」,『어문학연구』제11집, 상명대 어문학연구소, 2001, 1-16면.

박선우·박진아·홍정의,「SNS 모바일 텍스트의 언어학적 양상: 성별과 연령의 차이를 중심으로」,『현대문법연구』제82호, 현대문법학회, 2015, 95-120면.

시정곤,「사이버 언어의 조어법 연구」,『한국어학』제31호, 한국어학회, 2006, 215-243면.

신승용,「사회방언으로서의 통신언어의 위상 재정립」,『한민족어문학』제46집, 한민족어문학회, 2005, 75-102면.

_____,「통신언어의 코드적 특성과 언어사용역」,『동아인문학』제45집, 동아인문학회, 2018, 83-104면.

안민호,「SNS는 얼마나 동종애적인가?」,『한국방송학보』제28권 5호, 한국방송학회, 2014, 111-149면.

이정복,『인터넷 통신 언어의 이해』, 월인, 2003.

_____,「인터넷 통신 언어 실태와 세대 간 의사소통의 문제」,『배달말』제49집, 배달말학회, 2011, 29-69면.

_____,「누리소통망과 새말의 형성」,『새국어생활』제23권 1호, 국립국어원, 2013, 34-52면.

_____,「사회 소통망(SNS) 말놀이의 유형과 기능」,『어문학』제130집, 한국어문학회, 2015, 27-61면.

정유진·배국진,『소셜네트워킹서비스(SNS)의 동향과 전망』, 한국과학기술정보연구원, 2009.

정현선,「SNS의 언어 현상과 소통 공간에 관한 국어교육적 고찰」,『국어교육』제142호, 한국어교육학회, 2013, 79-114면.

조민하,「통신언어의 경제성과 연령별 특징: 축약과 탈락을 중심으로」,『돈암어문학』제29집, 돈암어문학회, 2016, 63-86면.

최경봉,「은유 표현에서의 단어의 의미론적 역할」,『한국어 의미학』제1집, 한국어의미학회, 1997,

171-190면.
_____, 「은유 표현에서 단어의 선택과 해석 원리」, 『한국어 의미학』 제7집, 한국어의미학회, 2000, 215-241면.
_____, 「은유 표현에서 어휘체계의 의미론적 역할」, 『한국어학』 제15호, 한국어학회, 2002, 285-306면.
_____, 『어휘의미론』, 한국문화사, 2015.
최명원, 「SNS 기반 온라인 메신저 의사소통의 특징적 현상 연구: 한국 대학생의 단문형식 메신저(SMS) 사용에 대한 설문을 바탕으로」, 『독어학』 제31집, 한국독어학회, 2015, 145-168면.
최명원 외, 「SNS 메신저 '카카오톡' 언어현상 연구」, 『텍스트언어학』 제33집, 한국텍스트언어학회, 2012, 467-493면.

Lakoff and Johnson, *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, 1980.
Stefanowitsch, A. and S. T. Gries, *Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*, Berlin: Mouton de Gruyter, 2007.

【Abstract】

A study on Aspects of Metaphorical Expressions in SNS —Focused on New Metaphorical Expressions in SNS—

Kim, Hye-Ryoung*, Yu, Hui-Jeong**, Doh, Won-Young***

This study aims to analyze aspects of metaphorical expressions in SNS. In particular, we examined the aspects concerning metaphorical expressions which are newly discovered in SNS. To this end, we collected many metaphorical expressions from SNS, organized them into source and target domains, and investigated trends in the generation and use of the metaphorical expressions based on these data. Most of these metaphorical expressions represent human characteristics and many of them reflect the social or personal interests and hobbies. Furthermore, we investigated the aspects of creation and expansion of these metaphorical expressions and it reveals that while these expressions are newly generated, many of them came from the existing metaphorical conceptualizations. We discussed also that after some metaphorical expressions reflecting public interests were generated, diverse expressions sharing the same semantic context can be generated and thus such expressions solidify and expand the realm of conceptual metaphor.

Keywords: metaphor, metaphorical expressions, SNS, conceptual metaphor, language for online communication.

접수일: 2019.12.31. ‖ 심사일: 2020.01.13. ‖ 게재확정일: 2020.02.17.

* Invited Professor, Institute for General Education, Korea Univ.
** Ph. D. Candidate, Dept. of Korean language & literature, Korea Univ.
*** Research Professor, Research Institute of Korean Studies, Korea Univ.