

# 언론의 ‘창조경제’에 대한 의제설정 의미연결망 분석

차민경\*

(숙명여자대학교 문화관광학부 강사)

권상희\*\*

(성균관대학교 신문방송학과 교수)

본 연구는 창조경제에 대한 언론의 의제설정 경향을 시기별로 분석, 국정 주요 의제인 창조경제가 언론을 통해 어떻게 의미화되는지를 분석하였다. 이를 위해 국내 종합일간지의 창조경제에 대해 다룬 기사들을 한국어 언어 분석 프로그램 KrKwic와 연결망분석 프로그램 UCINET을 활용하여 분석하였다. 연구 결과, 창조경제는 주로 경제적 차원에서 의미화되었다. 경제 위기 해결의 하나의 대안으로 제기된 창조경제는 이후 미래 경제 패러다임으로 의미가 발전되었고, 이 과정에서 ‘기술’, ‘과학’, ‘IT’ 등이 중요한 상관관계를 가진 영역으로 다루어졌다. 2013년 이후 창조경제에 대한 의미연결망은 ‘창조’, ‘경제’, ‘창조경제’, 세 단어를 중심으로 구성되었다. 주로 창조경제의 성공과 효과를 나타내는 키워드나 해외 성공 모델과 관련한 키워드가 긴밀한 관계를 형성하였고, ‘기업’, 특히 ‘중소기업’의 경쟁력 향상이 강조되었다. 박근혜 정부 시작 초기에는 창조경제를 박근혜 대통령과 강력하게 연결시키며 정치적 차원의 의미화 경향을 보였으나, 2014년 이후에는 좀더 구체적인 실행과 효과에 대한 논의로 변화하였다.

**핵심어:** 창조경제, 의미연결망, 의제설정, 프레이밍, UCINET

---

\* cremk@hanmail.net

\*\*skweon@skku.edu, 교신저자

## 1. 문제 제기

박근혜 정부 수립이후 새로운 경제 패러다임으로 제시된 '창조경제'(creative economy)는 21세기 전후 선진국을 중심으로 활발히 논의되고 있는 개념이다. 특히 2001년 존 호킨스의 저서 <창조경제: 아이디어로부터 돈 버는 방법>이 발간되면서 우리나라에서도 관심을 모으기 시작했고, 2008년 유엔무역개발회의(UNCTAD)의 <창조경제 보고서>(Creative Economy Report)가 발간되고 선진국의 창조경제 정책성과가 소개되면서 관심이 증가했다. 특히 지방자치단체를 중심으로 창조경제를 적용한 창조도시 건설의 붐이 일어났고, 새로운 도시 경제 활성화 방안으로 주목받았다. 박근혜 정부의 출범 이후 국정운영 방향으로 발전한 창조경제는 이후 매우 다양한 차원의 논의가 진행된다. 창조경제에 대한 논의는 주로 경제적 차원에서 거론되지만, 때로는 정치적 이슈로 문제화되기도 하며 과학, IT, 문화예술 등의 분야와 긴밀한 연결 관계를 가지게 되었다.

창조경제가 국가 중요 이슈로 등장하면서 우리 언론의 창조경제에 대한 언급도 늘어났다. 특히 박근혜 정부가 본격적으로 국정운영을 시작한 2013년 창조경제에 대한 기사는 폭발적으로 증가하였고 국정 3년 차인 현재에도 매일 관련 기사가 쏟아지고 있다. 각 언론의 정치성향과 편집방식에 따라 국민은 창조경제에 대해 학습하고 비판한다. 또한 언론은 이렇게 형성된 국민의 여론과 상호영향을 주고받으며 창조경제에 대한 '사회적 의미화 과정'을 주도하고 있다. 언론이 창조경제에 대해 해석하고 편집하는 방식에 따라 우리 사회의 창조경제에 대한 수용 및 발전의 방향이 달라지는 것이다(Entman, 1991; Gamson & Lasch, 1983; Tuchman, 1978).

본 연구는 박근혜 정부가 창조경제라는 새로운 패러다임을 제시하고 실행한지 3년 차에 들어선 현재, 우리 사회와 언론이 창조경제를 어떻게 이해하고 의미화하는지 고찰하고자 한다. 이를 위해 언론의 의제설정 경향과 사회의 의제 의미화 과정을 해석하는 '의제설정 이론'(agenda setting theory)을 적용, 창조경제의 언론을 통한 의미화 경향을 분석하고자 한다. 특히 이슈에 대한 논리 전개를 위한 단어 선택, 단어 간 관계, 관계가 형성하는 전체 논리 구조 등을 연구하는 '네트워크 분석'을 적용, 우리 사회의 창조경제에 대한 인식을 구조적이고 입체적으로 분석하고자 한다.

이 연구는 창조경제라는 개념이 국내에서 소개된 이후 현재까지, 어떻게 우리 사회 속에서 의미화되는지 그 흐름을 이해할 수 있게 할 것이다. 또한 박근혜 정부가 우리 미래 경제 패러다임으로 제시했던 개념이 언론과 국민 안에서 어떻게 커뮤니케이션 되는지 살펴봄으로써, 정부의 국정 홍보 현주소를 파악할 수 있는 계기가 될 것이다. 이를 통해

향후 박근혜 정부가 효과적인 창조경제 패러다임 실현을 위해 어떻게 국정 홍보 전략을 구축해야 할지 의미 있는 시사점을 제공할 수 있을 것으로 보인다.

## 2. 이론적 논의

### 1) 창조경제에 대한 선행 연구 분석

20세기 후반부터 선진국을 중심으로 논의되기 시작한 ‘창조경제’는 세계 경제의 불황 극복과 정부 재정 문제 해결을 위한 타개책으로 제시되었다. 일찍부터 창조경제 개념을 받아들인 영국은 1970년대 초반까지 호황을 누렸던 제조업의 쇠퇴와 중앙정부 재정악화, 그리고 중앙의 지원감소가 지방정부의 운영악화로 번지며, 지금과는 다른 경제구조로의 전환을 꾀했다. 1997년 토니 블레어의 노동당 정부가 집권하면서부터 창조경제는 본격적으로 진행되었다. 블레어 정부는 특히 문화, 예술, 디자인 등 개인의 창의성에 기반을 둔 창조산업(creative industry)을 영국 경제의 미래 성장 동력으로 보았고, 이를 중심으로 한 경제 패러다임 전환을 추진했다.

이후 2001년 미래학자 존 호킨스(John Howkins)의 <창조경제: 아이디어로부터 돈 버는 방법>이 발간된 후 창조경제는 세계적 경제 이슈로 등극했으며, 2008년 유엔무역개발회의(UNCTAD)가 <창조경제 보고서>를 발간하면서 창조경제는 많은 국가에서 주요 화두로 떠올랐다(김왕동·송위진·성지은, 2013).

우리나라의 경우 21세기 초반부터 창조경제의 개념이 정책 화두로 떠올랐다. 그러나 초기에는 국정운영 철학이기보다는 ‘지역 발전 전략’으로서 받아들여졌다(차두원, 2013). 창조경제의 개념을 적용한 ‘창조계급’(creative class), ‘창조도시’(creative city)의 개념을 서울, 인천을 비롯한 많은 지방자치단체가 받아들이기 시작했다기 때문이다. 미국의 사회학자 리처드 플로리다(Richard Florida)와 찰스 랜드리(Charles Landry) 등이 주장한 이 개념들은 특히 인간의 창조적 역량이 발휘될 수 있는 ‘환경 구축’ 부분을 강조한다.

플로리다는 창조계층을 많이 확보하는 도시가 갖추어야 할 요소로 ‘3T’(technology, tolerance, talent)를 주장하였는데, 3T란 창조적인 역량을 발휘할 수 있는 기술적인 인프라(technology)와 혁신적인 아이디어가 위화감 없이 받아들여지며 다양한 문화를 인정하고 수용하는 분위기(tolerance), 그리고 이로 인하여 도시로 모여드는 인재(talent)를 일컫는다. 플로리다(Florida, 2002)에 따르면 개인의 창의성은 이러한 3T가 풍부하게 조

성된 환경 안에서만 고취될 수 있으며, 미래의 도시는 창의성을 활용한 창조산업이 도시 경제를 이끌게 될 것이라고 주장했다. 이러한 창조계급, 창조도시론에 영향을 받은 우리나라의 많은 지방자치단체는 지역주민의 창의력을 고취시킬 수 있는 문화예술에 대한 지원을 확대하였고 지역문화재단 건립 등을 통해 전략적으로 이를 실현하고자 하였다.

중앙정부 차원에서도 창의력에 대한 강조가 꾸준히 진행되었다. 김대중 정부는 '문화예산 1% 달성'을 목표로 내세우며 문화산업 진흥을 추진했고, 노무현 정부는 <창의한국>(Creative Korea) 라는 정책을 발간, 모든 국민의 창의성 증진이 국가 미래와 깊은 관계가 있음을 주장했다(문화관광부, 2004). 이명박 정부 또한 <문화비전 2008~2012>에서 국민 창의력 증진을 통한 '소프트파워가 강력한 대한민국'을 제시했다. 중앙정부 차원에서도 창의성 증진과 창조산업 진흥을 꾸준히 강조해온 것이다. 그러나 대부분 문화정책의 영역에서 제시된 개념이었으며, 국정 전반에 적용되지는 않았다고 할 수 있다(문화체육관광부, 2008).

이후 박근혜 정부가 들어서면서 창조경제는 국정운영 기본 방향이자 미래 사회 패러다임으로 개념이 대폭 확대된다. 2013년 6월 4일, 정부는 관계부처 합동으로 <창조경제 실현계획(안) : 창조경제 생태계 조성 방안>을 발표하였는데, 신흥 개발도상국으로서 성장의 한계를 겪고 있는 우리나라의 새로운 경제 개발 전략으로 창조경제 개념을 제시했다. 박근혜 정부의 창조경제는 한국의 강점인 과학기술과 ICT의 기술 역량을 바탕으로 하는데, 이를 기반으로 새로운 산업과 시장을 창출하고 기존 산업을 강화하여 양질의 일자리를 만들고자 한다(관계부처 합동, 2013). 특정 분야에 대한 정책에 그치는 것이 아니라 다수의 영역을 융합하여 경제 전반의 성장 동력으로 키우고자 하는 것이다.

창조경제가 국정운영의 화두로 떠오름에 따라 학계의 창조경제에 대한 연구도 활발해진다. 많은 연구가 박근혜 정부가 본격적으로 시동을 건 2013년 이후부터 진행되는데, 주로 창조경제의 전략 구축을 위한 실질적 제언이 중심을 이룬다. 특히 많은 연구에서 창의성 육성을 위한 문화예술의 중요성을 강조하며, 고부가가치를 창출하는 음악, 출판, 공연, 디자인 등 지적재산권 관련 산업의 성장에 중요성을 부여한다. 문화예술과 함께 과학기술에 대한 지원도 강조되며, 국토 개발, 해양수산, 국방, 의학, 관광, 식품영양, 건축공학 등 다양한 분야에서 창조경제가 논의되면서 국정 전반에 개념이 적용, 발전된다.

본 연구는 이렇게 점차적으로 개념을 확대해온 창조경제가 사회에서는 어떻게 이슈화되며 논의되어 왔는지 분석하고자 한다. 특히 박근혜 정부 수립 이후, 전 분야에 창조경제의 개념을 적용하고자 하는 정부의 시도가 사회적으로 어떻게 의미화되는지, 정부의 정책 운영과 사회적 의제설정 간의 차이를 분석하고자 한다.

## 2) 의제설정 이론

의제설정 이론은 1972년 맥콤스와 쇼에 의해 처음 제기된 미디어 이론으로, 사람들은 뉴스를 통해 우리가 경험하지 못한 ‘바깥세상’ (the world outside) 에 대한 ‘머릿속 그림’ (the pictures in our heads) 을 갖게 되고 이렇게 형성된 ‘상’ (象) 을 실제라고 믿는다고 주장하고 있다(Lippmann, 1922). 그들은 1968년 미국 대통령 선거 캠페인 기간 중 ‘언론이 중점 보도한 이슈’ (media agenda) 와 ‘유권자들이 중요하게 다루는 사회적 이슈’ (public agenda) 간에는 매우 높은 상관관계가 있다는 것을 발견하였는데, 이는 언론이 뉴스 수용자들의 현실 인식에 영향을 미치기 때문이라고 주장하였다(Entman, 1991; McComb & Shaw, 1972). 이 이론에 따르면 사람들이 뉴스를 통해 보는 현실은 있는 그대로의 현실이 아닌 ‘뉴스가 구성한 현실’이라고 할 수 있고, 이러한 언론의 기능을 ‘의제설정 기능’이라고 하였다(Goffman, 1974; McComb & Shaw, 1972).

의제설정 이론은 미디어가 뉴스를 통해 강조하는 주제가 무엇이나에 따라 사람들의 현실 파악에 영향을 미친다고 본다. 즉, 미디어는 사람들에게 ‘무엇을 생각할지’ (What to think) 보다 ‘무엇에 관해 생각할지’ (What to think about) 에 영향을 주어 사회 이슈를 특정 방향으로 끌고 간다는 것이다(Cohen, 1963). 이러한 특정 주제를 강조하는 방법은 신문 내 특정 이슈 기사의 위치와 규모에 따라 달라지는데, 수용자는 뉴스가 선정한 주요 키워드와 그것의 위치와 규모, 빈도 등에 따라 세상을 읽는 방법에 영향을 받게 된다(McComb & Shaw, 1972).

이후 의제설정 이론은 미디어가 중요시하는 대상뿐만 아니라 미디어가 대상의 ‘속성을 해석하는 방식’, 즉 내용 또한 수용자에게 영향을 미친다고 보았다. 이슈의 구체적 속성을 어떠한 방식으로 해석하고 소개하느냐에 따라 수용자가 특정 이슈를 생각하는 방식에 영향을 주는 것이다(Ghanem, 1997). ‘2단계 의제설정’ (second-level agenda setting) 이라고 불리는 이 이론은 언론의 보도 행위가 수용자에게 좀더 광범위하게 영향을 미침을 설명하는데, 미디어가 제공하는 정보의 종류, 정보에 대한 의견, 이를 설명하는 단어 선택 등이 모두 수용자의 이슈 판단과 추론에 영향을 미친다고 보았다. 즉, 특정 이슈에 대한 뉴스의 의제설정 경향을 분석할 때는 ‘어떻게 생각할 것인지’ (how to think about) 도 측정하여 ‘생각할 대상’뿐만 아니라 ‘생각하는 방법’에 관해서도 측정할 필요가 있는 것이다(Weaver, 2007). 이에 따라 2차 의제설정에서는 ‘속성’ (attribute) 을 해석하는 것을 강조하는데, 속성이란 대상의 특성을 구성하는 하부요소로 이슈에 대한 연결, 네트워크, 평가나 의견의 방향과 해결방안 등을 연구한다(Kim, Scheufele, & Shanahan, 2002).

2단계 의제설정에서 주목하는 언론의 표현방식을 갠슨과 라쉬(Gamson & Lasch, 1983)는 '프레이밍'(framing)이라고 표현했다. 프레이밍이란 언론이 특정 이슈를 이해하는 중심적인 사고 틀로 언론은 이 틀을 통해 뉴스를 조직한다. 프레이밍을 수용자의 현실 인식에도 그대로 영향을 미쳐, 수용자의 사회 가치관 형성에 영향을 미친다(Hester & Gibson, 2003; McCombs & Ghanem, 2001). 엔트만(Entman, 1991)에 따르면 이러한 프레이밍은 단지 개인 차원에 영향을 미치는 데에 그치는 것이 아니라 이슈에 대한 사회적 중요성 평가에도 영향을 미치게 된다. 설사 뉴스 프레이밍을 직접적으로 접하지 않은 개인이라도 미디어를 통해 형성한 이슈 문화는 사회적인 수준에서 '공적 지식'(public knowledge)을 형성, 미디어의 영향권에서 벗어날 수 없게 한다(Schudson, 1995).

김수정과 조은희(2005)는 한국의 배아줄기세포 연구성공 뉴스가 한국과 미국의 언론에서 어떻게 다르게 의미화 되는지 비교 연구하였는데, 한국은 '영웅'과 '선두'의 프레이밍으로 보도하고, 미국은 '정책(법안) 갈등'과 '윤리 갈등' 프레이밍으로 다르게 보도하는 것으로 나타났다. 이렇게 다른 뉴스 프레이밍은 동일 사건에 대한 양국의 이슈 문화를 달리 형성, 양국 국민의 현실 인식에 영향을 미치게 된다. 언론의 의제설정 경향이 수용자 개인의 사회 인식에 영향을 미침은 물론, 사회 전체의 특정 이슈에 대한 사회적 의미화 과정에 영향을 미치는 것이다.

이러한 의제설정 기능은 이슈에 대한 중요성 부여 여부는 물론 그 세부 내용에 대한 피드백에도 강력한 영향을 미치게 되어, 특정 이슈에 대해 어떠한 이슈 문화를 형성하게 하는지에도 영향을 미친다. 창조경제의 경우도 미디어가 제공하는 지식, 그리고 그 지식을 다루는 태도, 선택하는 단어와 구성하는 패턴이 모두 수용자의 인식에 각인되어 창조경제라는 현실인식에 상징화하여 작용한다. 창조경제에 대한 독자적인 해석 과정을 가진다기보다는 패턴에 의해 지식을 형성하므로 독자의 창조경제에 대한 피드백도 언론의 의제설정에 따라 달라진다.

의제설정 이론은 주로 정치적 이슈와 관련한 연구에 많이 적용되었다. 안종묵(2012)은 미디어의 이념적 성향에 따라 이명박 대통령의 독도 방문에 대한 인터넷 뉴스가 각기 다른 프레이밍을 제시하고 있음을 밝혀내기도 하였다. 임양준(2009)은 방송 뉴스가 용산 철거 사건을 어떠한 방식으로 보도하는지 방송사들의 보도 프레이밍 경향을 분석, 이슈에 대한 해석이 어떻게 제공되고 영향을 미치는지 분석하였다. 그의 주장에 따르면 방송 뉴스는 특정 사건에 대한 입장을 다소 치우치게 보도, 수용자의 현실인식을 방해한다고 주장하였다. 그러나 의제설정 이론은 비단 정치적 이슈뿐만 아니라 사회, 문화, 경제 등 다양한 분야에 적용될 수 있으며, 평가에 영향을 미치므로 사회전반의 가치를 어떻게 설

정하느냐 에도 영향을 미친다고 할 수 있다(Gamson & Lasch, 1983). 권상희(2005)는 인터넷 발달 초기부터 2005년까지, 언론이 인터넷에 대해 어떻게 이해하고 보도해왔는가를 연구, 각 시기별로 신문 보도가 어떠한 방식으로 프레임을 구성하는지 뉴스 텍스트 분석을 통한 프레임을 분석하였다. 연구 결과, 초기에는 기술 위주로 다루다가 점차 사회문화적 차원에서 초점을 맞추는 경향임을 밝혀내었다.

한편 멀티미디어 환경 구축 이후, 인터넷 미디어가 등장하면서 수용자의 권위가 상승되어 기존 언론의 의제설정 기능이 축소되었다는 주장이 제기되기도 한다. 인터넷의 경우 이용자가 보다 능동적으로 정보를 탐색하고 흐름을 통제할 수 있기 때문이다. 기자의 중요도 판단은 수용자들의 선택 여부에 의해 결정되어 의제설정은 수용자에 의해 결정된다는 것이다(Althaus & Tewksbury, 2002). 그러나 이러한 주장은 인터넷 미디어, 특히 포털 사이트의 게이트키퍼 기능이 2차적인 의제설정 효과를 구성, 수용자의 인식에 영향을 미친다는 연구가 다수 발표되며 비판을 받았다(박광순·안종목, 2006; 최민재·김위근, 2006). 그러나 뉴미디어 언론이 강력한 게이트키퍼를 주도하더라도 멀티미디어 환경은 수용자의 권위를 상승시켜 기존 언론의 의제설정에 상당 부분 영향을 미친다.

2002년 미군 장갑차에 의한 여중생 사망 사건의 경우, 초기에는 언론에 의해 크게 주목받지 못한 사건이었으나 인터넷을 통해 사회적 관심을 형성, 이후 언론에 의해 중요시 다루어졌다(김성태·이영환, 2006). 사회의 반응이 역으로 언론의 보도 경향에 영향을 미친 것이다. ‘역의제설정’(reversed agenda-setting) 이라고 불리는 이 주장은 멀티미디어 환경에서 여론과 언론이 어떻게 상호영향을 주고받으며 특정 이슈를 사회적으로 의미화하는지를 보여준다고 할 수 있다.

### 3) 의미연결망 분석과 중심성 연구

의제설정과 뉴스 프레임 연구가 발달하면서 이를 분석하는 다양한 연구 방법이 제시되는데, 많은 연구에서 갠슨과 라쉬(Gamson & Lasch, 1983)의 ‘패키지 분석’이 적용되고 있다. ‘패키지’(package)란 언론이 특정 이슈에 대한 프레임을 구성할 때 사용하는 아이টে็ม으로 텍스트뿐만 아니라 이미지, 문장 구성, 상징, 톤 등으로 구성된다. 이러한 패키지 분석은 패키지가 어떠한 아이টে็ม으로 구성되어 있는지를 분석하고 이에 따라 프레임 내용과 입장을 분석한다(Gamson & Lasch, 1983). 이때 주요 아이টে็ม의 선정은 주로 어휘나 상징의 빈도수나 순위 측정을 통해 판별된다. 가넴(Ghanem, 1997)은 기사에 사용된 특정 이슈에 대한 정서적 측면에 대한 프레임 분석을 하였는데, 주요 어휘에 대

한 긍정적, 또는 중립적, 부정적 논조를 나타내는 단어를 분석하여 이슈에 대한 태도를 분석하였다.

이 연구 방법은 주요 어휘나 상징의 사용 빈도수나 순위를 측정하여 이슈에 대해 어떠한 정보가 주로 제공되는지 분석한다. 그러나 언론이 제공하는 정보 간의 상관관계나 이슈를 구성하는 배열 논리, 그리고 이로써 언론이 구축한 의제설정의 구조를 분석할 수는 없다. 즉, 특정 의제가 어떠한 방식으로 큰 숲을 구성하기 위해 어떠한 나무를 사용하고 어떤 나무를 어디에 어떠한 방식으로 배치했는지 조직적 구조는 알기 어려운 것이다. 이러한 한계를 극복하기 위하여 최근에는 핵심 상징 간의 관계와 구조를 연구할 수 있는 '의미연결망 분석'(semantic network analysis)이 활용된다.

의미연결망 분석은 사회과학의 '사회 연결망 분석'(social network analysis)을 활용한 분석 방법이다. 사회 연결망 분석은 특정 사회 현상이 각 개인 간의 상호작용으로 하나의 연결망(network)을 구축한다고 본다. 따라서 특정 사회 현상을 종합적으로 이해하기 위해서는 개인 간의 상호작용 결과인 연결망 구조(structure)를 분석해야만 한다고 본다(Wasserman & Faust, 1994). 연결망은 '노드'(node)라는 개체와 이들 간의 '연결 관계'(link)로 구성되는데, 이때 노드는 '개인'이며 연결 관계는 '개인 간의 관계'이다. 그러나 네트워크 분석을 적용한 의미연결망 분석에서 각 노드는 언론에서 주요하게 다루어지는 '키워드'이며 링크는 '키워드 간의 연결 관계'를 나타내게 된다.

의미연결망 분석은 노드와 노드 간의 관계 분석을 실시한다. 관계 분석은 개별 노드 간에 어떠한 관련성이 있는지, 그리고 어떠한 정도의 상호작용을 하는지를 분석하는데, 이러한 과정은 그 동안의 의제설정 분석 방법에서 주로 도출한 '무엇이' 주요 상징인지에서 나아가, 상징 간의 관계와 성격까지 구분할 수 있다. 그리고 이 관계를 바탕으로 키워드 간의 연결 구조, 즉 특정 이슈에 대한 전체 의미연결망 구조를 가시적으로 그리게 되는데, 이를 통해 의미연결망 분석은 의제가 어떠한 방식으로 숲을 구성하며 어떠한 나무가 주로 사용되고 나무 간의 관계가 어떻게 구축되었는지 조직적 분석이 가능하다. 이로써 의미연결망 분석은 보다 입체적으로 키워드 간의 관계와 전체 구조를 밝힐 수 있으며, 수용자에게 어떠한 구조로 영향을 미치는지 그들의 실제 모습을 가시적으로 이해할 수 있다는 장점을 가진다.

의미연결망 분석은 의제에 대한 전체적인 구조 분석뿐만 아니라 전체 구조에 특정 키워드의 위치와 역할을 분석하여, 언론의 의제설정 구조를 세부적 차원에서도 이해할 수 있게 한다. 즉, 각 노드가 어떤 위치에 자리하는지, 그리고 그 노드는 전체 구조에 어떠한 역할을 하는지 파악하는데, 이때 이러한 노드의 역할과 노드 간의 관계를 분석해내는



방법이 ‘중심성’(centrality) 연구이다.

중심성은 바벨라스(Bavelas, 1947)가 연구한 지표로, 사회 연결망에서 꼭짓점(vertex) 혹은 노드의 상대적 중요성을 나타내는 척도를 말한다(Freeman, 1979). 그는 각 노드가 네트워크 내 담당하는 역할에 차이가 있다고 보고 각 키워드가 담당하는 역할을 밝히고자 하였는데, 역할을 밝혀내는 과정을 통해 네트워크 전체의 구조와 각 키워드가 어떠한 방식으로 이 구조 구축에 기여하는지 체계적으로 분석하였다(Wigand, 1988). 이러한 분석은 패키지 분석 등에서는 밝힐 수 없었던 개별 키워드의 역할과 키워드들이 전체 구조에 어떤 위치에 있는지를 분석할 수 있다는 점에서 의제설정 경향을 보다 구조적으로 분석할 수 있게 한다. 이러한 방법은 빈도수와 서열 측정에서는 드러낼 수 없었던 숨은 영향 내용을 밝힐 수 있고, 수용자에게 특히 영향을 미치는 단어가 무엇이며 그 단어가 어떻게 개념 틀을 구축하는지 알 수 있다.

중심성의 지수는 계산방법에 따라 연결중심성(degree centrality), 근접중심성(closeness centrality), 매개중심성(betweenness centrality), 아이겐벡터 중심성(eigenvector centrality) 등으로 나누어지는데, 각 방법은 개별 노드가 네트워크 내에서 어떤 역할을 담당하는지를 분석한다.

‘연결중심성’은 특정 노드가 다른 노드와 직접적으로 연결된 정도를 측정하는 것인데, 전체 의미연결망에서 핵심적 역할을 하는 노드를 파악하는 데에 쓰인다. 각 노드가 네트워크에서 얼마나 중심에 위치하는지 알아보는 기법으로, 여러 키워드와 직접적으로 가능한 많이 연결되며 전체 의미연결망을 주도하는 키워드가 무엇인지 알 수 있다. 즉, 연결중심성이 높은 단어는 전체 의미연결망에서 다른 키워드가 등장할 때 가장 많이 등장하는 키워드로 의제에 대한 논리를 구축할 때 가장 주도적인 역할을 하는 키워드로서 역할을 한다고 할 수 있다.

그러나 연결중심성은 단순한 연결 빈도수만 알려주므로 ‘근접중심성’ 연구를 병행하여 다층적인 분석을 진행한다. 근접중심성은 노드와 노드 간의 직접적 연결뿐만 아니라 간접적 연결까지 모두 계산하여 하나의 노드와 연결된 모든 노드와의 거리를 계산한다. 즉, 근접중심성이 높으면 만약 직접적인 노드 간의 연결 관계는 적더라도 전체 네트워크 내에서 영향력이 높다고 할 수 있는 것이다. 근접중심성이 높은 키워드는 의제에 대한 논리 구축에 숨은 실력자라고 할 수 있는데, 가시적으로 드러나지는 않더라도 어떠한 키워드가 결과적으로 의제설정에 크게 기여하는지 알 수 있는 계산법이라고 할 수 있다.

또한 네트워크 분석에서는 중심적 역할을 하는 노드뿐만 아니라 중개 역할을 하는 노드도 분석한다. ‘매개중심성’은 이러한 노드와 노드 사이에서 중개 역할을 잘하는 노드를

측정하는데, 매개중심성이 높은 노드를 통하지 않으면 연결된 노드들이 단절되고 의미가 끊어지기도 한다. 따라서 매개중심성이 높으면 의미연결망 내에 의미의 흐름에 영향을 줄 가능성이 높아진다. 즉, 사람들은 이 키워드를 통해 의제설정에 대한 전체적인 논리를 이해한다고 할 수 있다.

한편 '아이젠벡터 중심성'은 네트워크의 각 노드에서의 중요도를 측정하는 것으로, 한 노드의 연결중심성으로 발생하는 영향력과 노드와 연결된 다른 노드의 영향력을 합해 계산한 것으로 전체 네트워크에서의 특정 노드의 영향력을 가리키는 것이다. 즉, 특정 노드가 네트워크의 중심에 있거나 중심에 있는 노드와 많이 연결되어, 전체 연결망에서 영향력이 큰 정도를 결정한 것이다. 아이젠벡터 중심성이 높은 노드는 의제설정에 주도적 역할을 하는 연결중심성이 높은 노드가 차지하는 경우가 많지만, 연결중심성이 높지 않더라도 전체 노드 계산 결과 의제설정에 영향력이 큰 노드가 무엇인지도 밝혀주어 의제설정에 영향력이 높은 키워드가 무엇인지 밝혀준다.

네트워크 분석은 각 키워드들이 상호 어떠한 유사성을 가지고 분류될 수 있는지를 분석하는 '군집 분석'도 실시할 수 있다. 이 분석은 각 키워드가 상호 어떠한 연결 관계를 가지며 군집 내에 키워드 간에 어떠한 위계질서를 가지는지 분석한다. 이러한 분석을 통해 언론 보도의 키워드들이 어떻게 의미에 따라 하위 그룹으로 분류될 수 있으며, 키워드들 간의 위계질서 차이를 분석할 수 있다.

이러한 의미연결망과 중심성 계산을 통한 의제설정 연구는 창조경제에 대해 우리 언론이 의제설정을 위하여 어떠한 단어를 선택하고 어떠한 정보를 제공하는지, 그리고 이러한 단어를 어떻게 배열하고, 단어 간의 관계, 단어들의 역할이 어떠한지를 분석함으로써 창조경제에 대한 우리 언론의 의미화 과정을 매우 체계적이고 가시적으로 분석해 준다고 할 수 있다. 본 연구는 지금까지의 이론적 논의를 바탕으로 다음의 연구 문제를 구체적으로 살펴보고자 한다.

- 연구 문제 1: 언론이 '창조경제'와 관련해 중요하게 다루는 단어는 각 시기별 어떻게 다른가?
- 연구 문제 2: 언론 보도의 창조경제 관련 주요 단어는 각 시기별로 어떻게 의미연결망을 달리 구성하는가?
- 연구 문제 3: 언론 보도의 창조경제 의미연결망에서 중요한 역할을 하는 단어는 무엇이며 그 특징은 어떠한가?

### 3. 연구 방법

#### 1) 분석대상과 자료수집

본 연구는 국내 언론의 창조경제에 대한 보도 경향과 의미화 과정을 분석하고자 한다. 연구 방법은 우리 언론의 창조경제에 대한 의미화 경향을 입체적으로 분석하기 위해 언론에서 언급되는 창조경제 기사에 대한 언어적 분석을 통해 이루어졌다. 분석기간은 2008년 1월부터 2014년 8월 31일까지로 설정하였으며, 분석 대상은 국내 종합일간지를 대상으로 삼았다. 종합일간지의 선정에는 보수 성향 또는 진보 성향으로 분류되는 언론을 적절히 균형적으로 안배하고자 하였다.

분석의 대상이 되는 것은 제목과 부제에 ‘창조경제’가 들어간 기사이다. 제목과 부제를 대상으로 한 이유는 제목과 부제가 기사의 내용을 압축적으로 전달하며 의제를 설정하는 역할을 하기 때문이다. 데이터의 수집은 한국언론진흥재단의 기사 데이터베이스인 카인즈(www.kinds.or.kr)를 통해 수집하였다. 자료 수집은 ‘창조경제’를 키워드로 검색하여 제목과 부제에 ‘창조경제’가 검색된 기사를 모두 수집하였다. 그러나 <조선일보>와 <중앙일보>의 경우 카인즈 내에서 기사 검색 서비스가 제공되지 않으므로, 이들 일간지의 경우 국내 최대 포털 사이트인 네이버의 뉴스 검색을 통해 검색이 이루어졌다. 그 후 검색된 기사는 다시 각 신문사의 웹사이트 데이터베이스에서 확인되는 작업을 거쳤는데,

표 1. 언론의 창조경제 의미연결망 분석에 활용되는 데이터

	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년8월
<조선일보>						33	62
<중앙일보>						85	18
<동아일보>			1		1	128	109
<서울신문>					1	199	85
<국민일보>	1	1			4	169	142
<문화일보>	1				1	148	77
<한국일보>				1	2	73	93
<아시아투데이>					1	37	249
<한겨레>		3			1	54	6
<경향신문>	3		1	1	1	56	66
<세계일보>					1	90	55
<내일신문>	2	1	2	2			
총계	7	5	4	4	13	1,072	962

이를 통해 혹시 누락되는 기사가 없는지 점검하는 과정이 이루어졌다. 검색된 기사는 다시 중복되는 기사를 제거하는 과정을 거치었다. 이러한 과정을 거쳐 최종 분석 대상으로 선정된 기사를 시기별, 매체별로 살펴보면 <표 1>과 같다.

## 2) 분석방법

이렇게 수집된 데이터는 의미 없는 조사와 어미, 문장부호 등을 제거하는 정제과정을 거치었고, KrKwic이라는 한국어 언어 분석 프로그램을 활용하여 행렬 데이터로 분석하였다. KrKwic과 함께 한국어 언어 분석을 위해 함께 활동되는 소프트웨어로 KrTitle이 있다. KrTitle은 KrKwic을 통해 추출된 주요 단어 간의 관계를 밝혀주는 프로그램이다. KrKwic 프로그램을 통해 얻은 자주 출현하는 핵심 단어들에 근거하여 단어 목록이 만들어지면 KrTitle은 '표본 × 단어 행렬 데이터'(matrix), '단어 × 단어 행렬 데이터'(coocc), '단어 × 단어 간 코사인 대칭형 데이터'(cosine)를 분석한다. 이 중 '단어 × 단어 행렬 데이터'의 경우, 유사 맥락에서 공동 출현하는 단어 간의 빈도수를 파악하는데, 이를 통해 맥락 내에서의 단어 간의 관계를 파악할 수 있다.

이렇게 추출된 주요 단어와 단어 간의 관계에 대한 데이터를 수량화하여 추출하면 다시 이 데이터를 연결망 분석을 통해 시각화하여 분석하였다. 이러한 행렬 데이터에 대한 시각화 분석에는 UCINET이라는 연결망분석 프로그램을 활용하였다. UCINET은 공동 출현하는 단어 간의 연결망을 시각화하여 표현하는 소프트웨어로 수량화된 데이터가 어떠한 연결 구조를 가지는지 좀더 명확하게 표현해준다. 단어 간의 연결 관계 구조를 시각화 함은 물론, 연결 강도, 그리고 특정 단어가 전체 연결망에서 차지하는 역할을 이해할 수 있다. 이를 통해 언론에서 보도하는 창조경제에 대한 의미화 경향을 이해할 수 있으며 보도 경향에 대한 체계적 분석이 가능하였다. UCINET의 중심성 계산 기능을 통해 각 단어가 전체 창조경제 의제설정 논리 체계에 어떻게 기여하는지 알아보았으며, concor 방식을 통한 군집 분석을 실시하여 전체 네트워크에서 유사성을 가진 단어들을 분류하였다.

본 연구는 국내에서 창조경제라는 개념이 소개된 이후 현재까지, 어떻게 우리 사회 속에서 의미화되는지 그 흐름을 구조적으로 이해하기 위해, 유엔무역개발협회의 <창조경제보고서>가 소개되고, 국내에서 창조도시 건설 붐이 일어났던 2008년부터 현재까지를 연구 대상으로 삼았다. 그러나 이명박 정부 시절에는 아직 창조경제에 대한 기사량이 많지 않아 2008년부터 2011년의 시기는 하나로 구분하였고, 이때의 창조경제에 대한 언론 보도 경향과 이후 박근혜 대통령의 대선 선거운동 시기와 정부 수립 이후의 언론 보도

표 2. KrKwic과 KrTitle을 통해 분석한 '단어 × 단어' 행렬 데이터의 예

	창조경제	박근혜	성공	기업	경제	한국형	정부	미래부	한국	산업	창업	성장	핵심	첨병	벤처	융합	일자리
창조경제	-	153	95	134	1,278	70	64	51	145	69	41	49	43	38	38	33	29
박근혜	153	-	1	5	178		33	7	8	7		14	6	6	6	1	7
성공	95	1	-	10	101	62	3	1	75	7	6				4	1	5
기업	134	5	10	-	145	7	3		23	1	4	7	4	39	16	5	
경제	1,278	178	101	145	-	73	73	54	158	75	45	55	45	38	39	35	31
한국형	70		62	7	73	-	4		76	7	6				1		5
정부	64	33	3	3	73	4	-	4	8	2	3	4	3		6	2	4
미래부	51	7	1		54		4	-	1	4	3	1			2		
한국	145	8	75	23	158	76	8	1	-	13	8	3	2	3	2		5
산업	69	7	7	1	75	7	2	4	13	-	3	2	10			10	
창업	41		6	4	45	6	3	3	8	3	-	1	2		5	2	2
성장	49	14		7	55		4	1	3	2	1	-	2		1	4	3
핵심	43	6		4	45		3		2	10	2	2	-		1	2	1
첨병	38			39	38	1	6		3		0		0	-			
벤처	38	6	4	16	39		2	2	2		5	1	1		-		1
융합	33	1	1	5	35		2		2	10	2	4	2			-	
일자리	29	7	5		31	5	4		5		2	3	1		1		-

경향을 상호 비교하여 창조경제에 대한 사회의 해석 흐름을 분석하였다. 이를 위해 아래와 같이 시기를 구분, 각 시기별 창조경제의 의미연결망을 비교·분석하고자 한다.

- ① 박근혜 정부 설립 이전 시기: 2008~2011년
- ② 대선 선거운동 시기: 2012년
- ③ 박근혜 정부 1년 차: 2013년
- ④ 박근혜 정부 2년 차: 2014년 8월 31일까지

#### 4. 연구 결과

##### 1) 보도시기별 주요단어 비교 분석

###### (1) 2008~2011년도 언론에 나타난 '창조경제' 관련 주요 단어

연구 문제 1은 우리 언론이 창조경제 해석을 위해 어떠한 단어를 주로 선택하였는지에 대한 것이다. 창조경제 의제설정을 위해 어떠한 정보를 전달하는지 분석하는 것으로 주요 언급단어 순위를 조사하고 있다.

이명박 정부 시절이었던 2008~2011년에는 창조경제를 제목 또는 부제에 언급한 종합일간지 기사는 총 20건이었다. 이 기간에는 다루어진 기사 수와 단어 수가 적어 뚜렷한 경향성을 파악하기는 어려웠으나, 등장한 단어들이 몇 개의 비슷한 성격으로 군집화되며 이 시기의 창조경제에 대한 언론의 해석 경향을 분석할 수 있었다.

이 시기 가장 많이 언급된 단어는 '창조적'(8회)이었으며, 다음으로 '경제'(7회)가 많이 언급되었다. 그 외 단어들은 3회 이하의 적은 수로 언급되었으나 상당수의 단어가 주로 '문제 지적이나 해결'과 관련한 단어였다(파괴, 미래, 성장, 위기극복, 개발, 돌파구, 위기, 해법 등). 이는 이 시기 창조경제가 문제 해결의 하나의 방법으로 논의되는 것을 드러내는 것으로, 문제 해결의 대상은 언급된 단어들의 특징으로 미루어볼 때 7회 언급된 경제 문제로 보인다. 1회 언급된 단어에서도 경제 문제와 관련한 단어는 다수 발견되었는데(경제권, 경제특구, 경제학, 먹거리, 산업, 발전 등), 이를 통해 이 시기의 창조경제는 경제 이슈와 밀접한 관련이 있는 것을 알 수 있다.

또한 가장 많이 언급된 '창조적'과 비슷한 성격의 단어도 소수 언급된 단어에서도 다수 발견되었다(상상력, 창조력, 창조성 등). 이는 이 시기 언론이 경제 문제 해결에 보다 창조적인 사고의 전환이 중요함을 강조하는 것을 보여준다.

표 3. 2008~2011년 종합일간지 제목, 부제에 나타난 '창조경제' 관련 주요 단어

빈도	주요 단어
8	창조적
7	경제
3	창조경제, 파괴
2	1인, 미래, 성장, 시대, 위기극복, 창조, 창조기업
1	CC, CEO, 개발, 건설, 경제권, 경제특구, 경제학, 고용, 공유, 광역, 구조, 기술, 기술혁신, 기업가, 날개, 내용, 농부, 뇌과학, 대성그룹, 돌파구, 동북아, 두바이, 먹거리, 모바일업, 문화, 바보스러움, 발전, 보고서, 블로그, 사각지대, 사고, 산업, 삶, 삼성경제연구소, 상상력, 서해안, 세계, 세계경제포럼, 소유, 수입, 시도, 시평, 실패, 예술, 오바마, 위기, 융합, 이성한 사장, 인수위, 접목, 정보, 조건, 주목, 중계, 중심지, 증권창조, 지속, 지식창조형, 차별화, 창조경영대상, 창조력, 창조성, 천지창조, 청년실업, 특효, 필요, 한국, 해법, 혁명, 홉플러스, 효율 등
100	사용된 총 단어 수
124	총 단어의 출현빈도 수
20	총 분석대상 기사 수

아울러 당시 이명박 정부의 가장 큰 이슈였던 '일자리'와 관련한 단어가 다수 등장한다 (고용, 수입, 청년실업 등). 이는 창조경제를 경제 활성화 중에서도 실업 문제 해결, 고급 일자리 창출에 초점을 맞추어 바라봄을 알 수 있다. 그 외 최근 창조경제 논의에서도 중요하게 다루어지는 문화, 과학과 관련한 단어(문화, 예술, 기술, 기술혁신, 뇌과학, 모바일업, 융합, 정보)는 2008~2011년에도 발견되었다.

(2) 2012년도 언론에 나타난 '창조경제' 관련 주요 단어

대통령 선거운동과 박근혜 대통령 당선, 인수위 업무가 진행되었던 2012년에는 '창조경제'를 언급한 기사가 13건으로 다소 증가했다. 여전히 '창조경제'를 다룬 기사는 적은 수이지만, 창조경제를 설명하기 위해 선택된 단어가 이전보다 많이 다양해지는 경향을 보이며, 특정 단어에 조금 더 집중되는 경향을 보인다.

'창조경제'(10회)가 가장 많이 다루어진 단어였으며, 그다음으로 '박근혜'(7회), '경제'(5회)가 뒤를 이었다. 뒤이어 '발표', '성장', '정책'이 총 3회씩 언급되었다. 이는 박근혜 대통령이 당선된 이후 인수위원회를 통해 새로운 경제 패러다임으로 창조경제에 대한 구상을 밝히면서 '박근혜', '경제'가 함께 자주 언급되게 된 것으로 보인다. 이는 이 시기 언론이 창조경제 개념을 새 정부, 대통령과 매우 밀접하게 연결시켰던 것을 알 수 있다. 또한 '기반', '창출', '청사진' 등 미래상을 그리는 단어가 2회씩 언급되었는데 이는 이 시기의 종합일간지 기사가 창조경제를 통해 우리 경제 미래 모습에 대한 예측 기사를 많이 다루었기 때문으로 보인다.

표 4. 2012년 종합일간지 제목, 부제에 나타난 '창조경제' 관련 주요 단어

빈도	주요 단어
10	창조경제
7	박근혜
5	경제
3	발표, 성장, 정책
2	IT, 기반, 브랜드, 일자리, 창조, 창출, 청사진
1	개막, 경제민주화, 경진대회, 공약, 공정, 과학, 과학기술, 관광, 국민행복추진위, 금융, 금융부, 기술, 대선, 대표, 문재인, 미래부, 민주당, 브레인, 브리핑, 뿌리, 사업, 새누리당, 선도, 선도형, 시대, 신설, 안철수, 유지, 이명박, 전략, 전쟁, 접목, 접수, 제시, 질적, 차별화, 창업, 총괄, 최고, 추진, 패러다임, 한국, 한류, 혁신 등
71	사용된 총 단어 수
103	총 단어의 출현빈도 수
13	총 분석대상 기사 수

또한 박근혜 정부의 창조경제에서 중요시 하는 과학기술이나 문화에 대한 단어도 다수 선택되었다. 'IT'는 2회 등장하였으며, 1회 등장한 단어에서도 이와 관련한 단어들을 많이 발견할 수 있었다(과학, 과학기술, 관광, 한류 등). 아울러 정치와 관련한 단어도 다수 등장하였는데(대선, 문재인, 민주당, 새누리당, 안철수, 이명박 등), 이는 창조경제에 대한 논의를 경제 또는 국정 문제 차원이 아닌, 정치적 차원에서도 의제를 전개하고 있음을 드러낸다.

### (3) 2013년도 언론에 나타난 '창조경제' 관련 주요 단어

박근혜 정부가 본격적으로 업무를 시작하고 구체적인 정책 계획을 수립하였던 2013년에는 '창조경제'를 다룬 기사가 폭발적으로 증가해 총 1,072건의 기사가 나타났다. '창조경제'가 가장 높은 빈도수(1,054회)를 기록한 가운데, '박근혜'(137회), '정부'(62회) 등 현 정권과 관련한 단어가 상위를 차지하며, 창조경제와 대통령, 새 정부를 매우 밀접하게 연결시키는 것을 알 수 있다.

2013년에도 역시 경제나 문제해결과 관련한 단어가 다수 선택되었다(경제, 산업, 성장, 중소기업, 일자리, 금융, 시장, 혁신, 생태계 등). 특히 창조경제의 성공을 위한 모델 제시를 위해 많은 종합일간지들이 다양한 기획 시리즈를 기획하고 있었다(성공으로 가는 길, 현장을 가다, 첨병은 기업이다, 제2도약 등). 이 시기 다수의 언론은 해외 창조경제 성공 사례를 소개하는 기사를 많이 다루었는데, 단순히 해외 사례를 그대로 따라 하고자 하는 것이 아닌 것으로 보인다. 세 번째로 가장 많이 언급된 '한국형'(63회)을 비롯해 한



표 5. 2013년 종합일간지 제목, 부제에 나타난 '창조경제' 관련 상위 주요 단어

빈도	주요 단어
1,054	창조경제
137	박근혜
63	한국형
62	정부
59	성공으로 가는 길
53	현장을 가다
51	경제
50	한국
46	산업
45	미래부
39	핵심
38	창업, 첨병은 기업이다
36	기업
33	성장
31	융합
30	중소기업
28	성공
2,960	사용된 총 단어 수
7,495	총 단어의 출현빈도 수
1,072	총 분석대상 기사 수

국, 실현, 모델, 새, 아이디어 등 다수의 단어들은 당시 언론이 해외의 시행착오를 한국에 어떻게 적용할 수 있을지에 대해 활발히 논의했음을 드러냈다.

또한 박근혜 정부에 들어와 새로 등장한 '미래부'(45회)가 상위에 등장했는데, 미래부에서 추진하는 과학기술과 장르 간 융합과 관련한 단어가 다수 등장하였고(미래부, 융합, 일자리, 기술, 문화, 벤처 등), 육성, 투자, 협력 등 국가의 지원에 관한 단어도 다수 등장하였다. 이를 통해 이 시기 언론은 박근혜 정부의 창조경제를 다양한 장르 간 융합과 과학기술의 만남이 중요한 이슈로 해석함을 알 수 있다.

#### (4) 2014년도 언론에 나타난 '창조경제' 관련 주요 단어

2014년 8월 31일까지 언론에서 언급된 '창조경제'와 관련한 기사는 총 962건이다. 이는 2013년 한 해에 총 1,072건이었던 것과 비교해 8개월 동안 전 해의 약 90%정도의 빈도로 다루어졌던 것을 볼 때, 언론을 통해 '창조경제'가 더욱 활발하게 논의되고 있음을 알 수 있다.

표 6. 2014년 종합일간지 제목, 부제에 나타난 '창조경제' 관련 상위 주요 단어

빈도	주요 단어
356	창조경제
92	경제
67	박근혜
58	미래부
55	기업
51	정부
49	혁신
43	산업
41	기술, 한국
38	시장
36	개최
35	규제, 중소기업, 지원
33	사업
3,204	사용된 총 단어 수
7,558	총 단어의 출현빈도 수
962	총 분석대상 기사 수

2013년과 마찬가지로 '창조경제'가 가장 높은 빈도수(365회)를 기록하였고, '경제'(92회), '박근혜'(67회)가 뒤를 이었다. 그 뒤로 '미래부'(58회), '기업'(55회), '정부'(51회), '혁신'(49회), '산업'(43회), '기술'(41회), '한국'(41회), '시장'(38회) 등 상위 빈도 단어들 이 2013년과 비슷한 경향을 보였다.

2014년의 특이할만한 점은 구체적인 계획이나 지원에 관한 단어(혁신, 개최, 규제, 지원, 사업, 3개년계획, 개발, 추진, 협력, 과제, 육성, 실현 등)가 많이 선택되었다는 점이다. 이는 2014년 구체적인 실행에 들어간 창조경제가 어떠한 방식으로 이루어지는지 제시한 정부의 발표가 늘어나면서 이와 관련한 보도가 많아졌기 때문으로 보이며, 관련한 언론의 분석, 논의도 활발해진 것으로 보인다.

또한 2014년에는 평가를 나타내는 단어(1년, 평가, 비교 등)도 늘어났다. 이는 출범 1년이 지난 박근혜 정부를 중간 평가하는 언론 보도가 늘어났기 때문으로, 창조경제를 박근혜 정부 평가의 주요 요소로 다루고 있음을 알 수 있다. 또한 대통령의 해외 순방 등이 많았던 2014년 초에는 이와 관련된 단어가 창조경제와 깊은 연관을 가졌다(글로벌, 싸이, 이스라엘, 다보스포럼 등).

## 2) 보도시기별 주요단어 의미연결망

### (1) 2008~2011년도 언론에 나타난 '창조경제' 관련 의미연결망

연구 문제 2는 우리 언론이 창조경제에 대해 지식을 구성하는 패턴을 조사하고자 한다. 즉, 키워드를 사용해 어떻게 공적지식을 형성하는지 분석하는 것이다. 또한 연구 문제 3은 이러한 창조경제라는 이슈 문화 형성을 위해 각각의 키워드가 어떠한 역할을 하며, 어떠한 키워드가 영향력을 발휘하며 의제에 대한 논리를 구축하는지 연구하고자 한다.

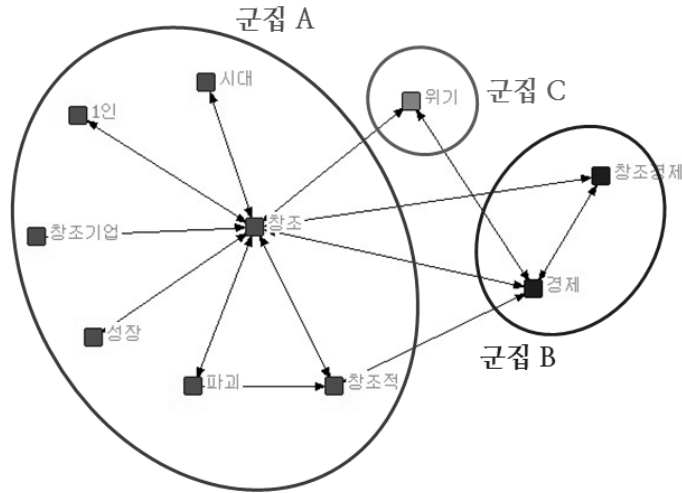
연구 문제 2에서는 연구 문제 1에서 분석한 창조경제를 의미화하기 위해 선택된 주요 단어를 바탕으로 단어 간의 의미연결망 구조를 분석하였다. 그리고 연구 문제 3을 위해 사용된 단어들의 중심성을 실시하였다. 분석에는 1회 이상 언급된 단어를 모두 적용하였고, 이후 연결강도 조정을 통해 결과를 축약하였다.

연구 결과, <그림 1>과 같이 2008~2011년의 주요 단어 간 의미연결망은 '창조'와 '경제'가 네트워크의 중심 위치를 차지한다. '창조'의 경우 단어 빈도 조사에서 단 2회 출현했음에도 불구하고 연결망 전체에서 의미 있는 위치를 차지하는데, 이에 반해 상위 빈도를 기록했던 '창조적', '창조경제' 등은 다소 네트워크 외부에 위치하고 있었다. 유사성에 따른 하위 군집 분석 결과, '군집 B'에서는 '창조경제'와 '경제'가 한 군집으로 형성하고, 이 군집은 '군집 A'와 연결되는 구조를 가진다. '군집 A'는 모든 단어가 '창조'와 연결되며 대안 찾기 방법에 대한 논의를 구성한다. 그리고 '군집 C'는 '위기'가 다른 군집과 네트워크를 형성한다. 이 시기 창조경제가 '경제' 문제, 그리고 '위기' 상황 해결을 위한 새로운 방법 '창조의 차원에서 의미화되는 것을 알 수 있는 것이다. 즉, 이 시기의 우리 언론은 창조경제 문제를 경제 문제 위기 탈출을 위한 하나의 방안으로 의제를 전개함을 알 수 있다.

다음은 전체 의제설정 구조에서 각 키워드의 영향력과 역할을 측정하는 중심성을 조사하였다. 연결중심성 조사 결과 가장 많은 노드와 직접적인 연결 관계를 가진 노드는 '경제'(113.000)로, 경제 문제가 창조경제 의제의 중심에 놓여있음을 확인할 수 있었다. 그 다음으로 '창조적'(52.000)과 '창조'(51.000), '창조경제'(25.00), '시대'(24.000), '위기'(21.000) 순으로 높은 연결중심성을 보였는데, 창조경제 개념 도입을 통한 위기 탈출과 새 시대의 도래가 의제에 대한 논리 구축에 주도적 개념임을 알 수 있다.

그러나 근접중심성에서는 단어 등장 빈도에서 단 2회 등장했던 '창조'가 1.000으로 가장 높은 값을 보여 간접적 연결을 포함하면 '창조'가 네트워크 전체의 중심적 역할을 하는 것으로 나타났다. 즉, 경제가 창조경제 논의의 중심에 위치하나 '창조'라는 키워드가 의제논리를 구축하는 데에 크게 기여함을 알 수 있다. 이는 경제 문제 해결 방식에 있어 창

조직 접근의 중요성을 언론이 강조함을 알 수 있게 한다. 그다음으로 '경제'가 0.825로 뒤를 이었고, 가장 높은 빈도로 등장했던 '창조적'은 0.619, '창조경제'는 0.550을 차지했다. 아이젠벡터 중심성에서도 '창조'가 가장 높은 값을 보였으며 (0.567), 그다음으로 '경제' (0.512), '창조적' (0.281), '창조경제' (0.171) 순으로 상위 순위에서 근접중심성과 비



주: 연결강도 3, n = 10.

그림 1. 2008~2011년 '창조경제' 관련 주요단어 연결망

표 7. 2008~2011년 주요 단어의 중심성 상위 값

연결중심성		근접중심성		아이젠벡터		매개중심성	
경제	113.000	창조	1.000	창조	0.567	창조	2852.750
창조적	52.000	경제	0.825	경제	0.512	경제	1227.250
창조	51.000	창조적	0.619	창조적	0.281	창조적	215.833
창조경제	25.000	창조경제	0.550	창조경제	0.171	창조경제	24.250
시대	24.000	세계	0.547	시대	0.152	세계	18.667
위기	21.000	미래	0.541	위기	0.137	창조경영	13.500
성장	19.000	성장	0.541	성장	0.126	미래	13.333
세계	19.000	위기	0.541	파괴	0.105	위기	12.000
1인	18.000	1인	0.538	1인	0.104	성장	11.917
창조기업	18.000	창조기업	0.538	창조기업	0.104	파괴	10.250
미래	17.000	창조경영	0.535	위기극복	0.093	1인	9.000
파괴	16.000	파괴	0.532	세계	0.093	창조기업	9.000
위기극복	15.000	위기극복	0.532	기술	0.090	기술	8.750
창조경영	14.000	16개	0.532	미래	0.085	위기극복	3.500
고용	13.000	7개	0.532	고용	0.083	16개	0.000

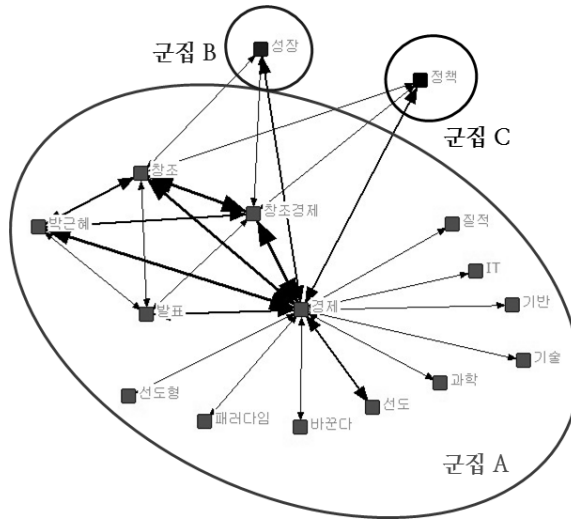
슷한 결과를 보였는데, 이 역시 창조적 접근을 창조경제 논리 전개에 매우 중요하게 언급함을 알 수 있게 한다. 매개중심성에서도 ‘창조’는 2852.750으로 가장 높은 값을 차지하며, 창조적 접근에 대한 논리가 전체 창조경제 의제설정에 매개가 되는 중요한 요소임을 알 수 있게 한다. ‘창조’는 <그림 1>에서와 같이 ‘경제’, ‘위기’와 네트워크의 중심적 연결 관계를 형성하는 동시에 반대편으로는 ‘시대’, ‘성장’, ‘창조기업’, ‘위기’ 등의 위협 요소에 대한 새로운 대안을 제공하는 원동력으로 중요시되며 이는 경제 위기 해결이라는 목적과 밀접한 관련이 있다는 것을 알 수 있다.

## (2) 2012년도 언론에 나타난 ‘창조경제’ 관련 의미연결망

2012년의 의미연결망에서 이전 시기보다 다소 복잡한 패턴을 보인다. <그림 2>와 같이 2012년의 의미연결망은 ‘경제’가 네트워크의 중심에 위치하며 ‘창조경제’, ‘창조’, ‘박근혜’가 굵은 선으로 연결되며 전체 네트워크의 중심을 형성하는 것을 알 수 있다. concor를 통한 군집분석 결과, 2012년 창조경제 의미연결망은 ‘경제’를 중심으로 한 큰 군집을 형성한다. ‘경제’는 그 하위로 다양한 단어를 위치시키고 있다. 경제의 하위에 위치한 단어는 ‘기반’, ‘선도’, ‘바꾼다’, ‘선도형’, ‘패러다임’, ‘질적’ 등 국가 변화와 관련된 단어와 기술, ‘과학’, ‘IT’ 부문 등 과학기술 관련 단어가 위치한다. 이는 창조경제에 대한 논리 전개가 경제적 이슈차원에서 새로운 개념의 패러다임으로 제시되며, 경제의 질적 변화를 이끌 어떤 것으로 의미화됨을 알 수 있게 한다. 그리고 경제 문제와 과학 기술의 발전은 매우 큰 상관관계를 가짐을 보여준다.

네트워크 중심에 있는 키워드를 밝히는 연결중심성 조사 결과, 역시 가장 높은 연결중심성을 보인 것은 ‘경제’(144.000)이었다. ‘경제’는 단어 빈도에서 더 상위를 차지한 ‘창조경제’, ‘박근혜’보다 높은 연결중심성을 보였는데, 경제 문제가 창조경제의 중심적 의제임을 드러내준다고 할 수 있다. 그다음으로 단어 빈도 조사에서 단 2회 출현하였던 ‘창조’가 118.000의 높은 수치 기록하였고, 단어 빈도 1, 2위였던 ‘창조경제’(93.000), ‘박근혜’(74.000)가 뒤를 이었다. 또한 ‘발표’(36.000), ‘정책’(32.000), ‘청사진’(28.000), ‘추진’(28.000), ‘성장’(26.000) 등 새 정부의 국정운영 방향 발표와 관련한 단어가 높은 연결중심성을 보이며, 2012년 언론이 새 정부의 발표에 많은 보도를 할애하며 미래에 대한 예측을 창조경제 논의를 통해 전개하고 있음을 알 수 있다. 한편 근접중심성의 경우에도 ‘경제’와 ‘창조’가 1.000으로 동시에 가장 높은 값을 나타내었고, 다음으로 ‘창조경제’가 0.778, ‘박근혜’가 0.693을 차지하였다. 또한 ‘발표’(0.609), ‘정책’(0.598), ‘추진’(0.593) 등 정부 시행 계획과 관련한 단어가 중심을 차지함을 보여준다.

아이겐벡터 중심성에서도 '경제'(0.507)가 전체 네트워크에서 가장 영향력 있는 단어로 나타나 경제 문제가 창조경제 논의에 큰 의제임을 알 수 있게 하였다. 그다음으로 '창조'(0.438), '창조경제'(0.400), '박근혜'(0.334), '발표'(0.168), '성장'(0.146) 순으로 나타났다. 매개중심성에서도 비슷한 결과가 나타나 '경제'와 '창조'가 784.922으로 동시에 가장 높은 값을 보여, 경제 문제가 창조경제 논의의 흐름에 주도적 역할을 함을 알 수 있었다.



주: 연결강도 3, n=16.

그림 2. 2012년 '창조경제' 관련 주요단어 연결망

표 8. 2012년 주요 단어의 중심성 상위 값

연결중심성		근접중심성		아이겐벡터		매개중심성	
경제	144.000	경제	1.000	경제	0.507	경제	784.922
창조	118.000	창조	1.000	창조	0.438	창조	784.922
창조경제	93.000	창조경제	0.778	창조경제	0.400	창조경제	237.089
박근혜	74.000	박근혜	0.693	박근혜	0.334	박근혜	100.672
발표	36.000	발표	0.609	발표	0.168	발표	27.900
정책	32.000	정책	0.598	성장	0.146	정책	27.750
청사진	28.000	추진	0.593	정책	0.144	추진	15.943
추진	28.000	성장	0.565	선도	0.111	성장	9.643
성장	26.000	IT	0.556	기반	0.106	한국	8.333
금융	24.000	일자리	0.556	과학	0.106	IT	2.929
기반	20.000	창출	0.556	기술	0.106	창출	2.508
과학	20.000	청사진	0.556	IT	0.105	일자리	2.508
기술	20.000	국민행복추진위	0.556	추진	0.105	과학	1.294
IT	19.000	대선	0.556	청사진	0.104	기반	1.294

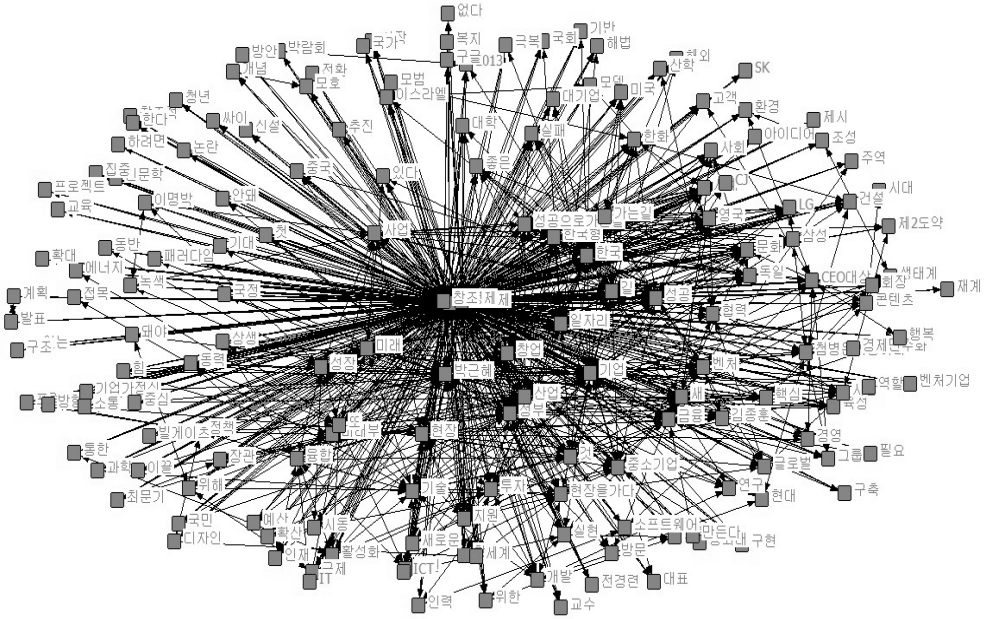
### (3) 2013년도 언론에 나타난 '창조경제' 관련 의미연결망

박근혜 정부가 세워지고 본격적으로 업무를 시작한 2013년에는 창조경제 관련 기사 수도 폭발적으로 증가한 만큼 의미연결망도 <그림 3>과 같이 매우 복잡한 모습을 보인다. 의미 있는 네트워크 해석을 위해 <그림 4>와 같이 연결강도를 25로 올려 연구 결과를 축약한 결과, 연결망의 중심에 '창조', '경제', '창조경제'가 위치하고 세 단어는 상호 강한 연결 관계를 보였다. 특히 '경제'(51회)와 '창조'(24회)의 경우 단어 빈도에서 더 많은 빈도를 기록한 단어가 있음에도 불구하고 네트워크의 중심에 위치해, 창조경제가 여전히 경제 문제의 창조적 접근이 논의의 중심을 이루고 있음을 알 수 있다.

2013년의 창조경제 관련 의미연결망은 총 5개의 군집으로 나뉠 수 있었다. 군집 A의 경우 가장 핵심이 되는 단어인 '창조', '경제', '창조경제'를 중심으로 '기업', '중소기업', '창업', '벤처' 등 기업 활성화와 관련된 단어들이 밀접한 연결 관계를 형성하고 있었다. 이는 우리 언론이 창조경제 운영에 기업, 특히 중소기업의 경쟁력 향상을 중요하게 다루고 있음을 보여준다고 할 수 있다. 또한 이들은 '협력', '육성', '정책' 등과 연결 관계를 형성하며 기업 경쟁력 향상을 위한 정부의 역할을 강조하는 모습을 보인다. '군집 B'의 경우 '박근혜', '정부'의 정책이 산업, 일자리 등과 밀접한 관련이 있음을 보여준다. '군집 C'의 경우 창조경제를 어떻게 성공시킬지와 관련한 담론을 다루는 단어들이다.

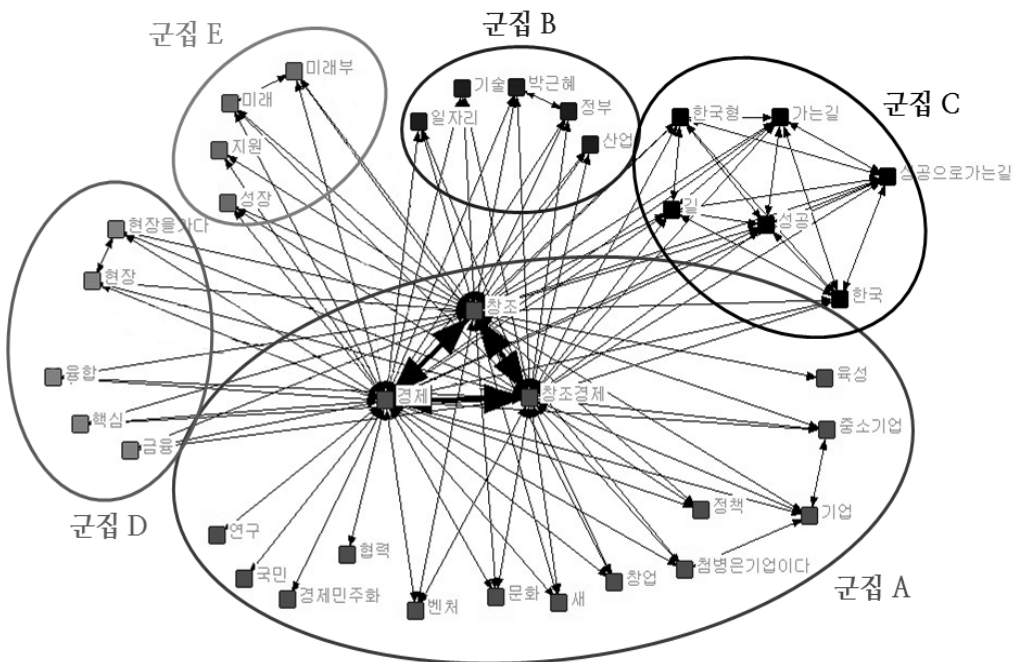
2013년에는 창조경제 성공을 위해 참고할만한 해외 벤치마킹 사례가 다수 소개되었는데, 이를 어떻게 '한국형'으로 재구성하여 '성공'시킬지를 다루고 있다. '군집 D'의 경우 '현장', '현장을 가다' 등 현장과 관련한 단어들로 구성되는데, 현장 검증을 통해 핵심동력을 파악하거나 '융합'의 중요성을 강조하는 것으로 보인다. '군집 E'의 경우 박근혜 정부가 들어서며 새로 설립된 '미래부'와 관련한 단어들이 구성되는데, '미래부'와 '미래', '지원', '성장' 등이 연관되며 미래부의 활동이 향후 대한민국의 성장과 미래 문제와 관련 있다고 봄을 알 수 있다.

연결중심성 연구에서도 '창조'(6066.000), '경제'(5844.000), '창조경제'(5665.000) 이 세 단어는 다른 단어에 비해 급격히 높은 연결중심성 값을 보이며 창조경제에 대한 논의 전개를 주도했다. 그다음으로 '한국'(1125.000), '길'(876.000), '기업'(842.000), '성공'(782.000), '가는 길'(769.000) 등의 키워드가 높은 연결중심성을 보였는데, 이전 해에 비해 창조경제를 통한 향후 미래의 모습과 성공을 위한 방안이 창조경제 논의의 중심에 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 경향은 근접중심성과 매개중심성, 아이젠벡터 중심성에서도 동일하게 나타났는데, 이로써 2013년의 창조경제에 대한 언론의 의미화는 경제 문제 성공 해결을 위한 방안 모색 차원에서 중점적으로 전개되었음을 알 수 있다.



주: 연결강도 3,  $n = 170$ .

그림 3. 2013년 '창조경제' 관련 주요단어 연결망



주: 연결강도 25,  $n = 36$ .

그림 4. 2013년 '창조경제' 관련 주요단어 연결망



표 9. 2013년 주요 단어의 중심성 상위 값

연결중심성		근접중심성		아이겐벡터		매개중심성	
경제	6066.000	창조경제	1.000	경제	0.562	창조경제	1410.635
창조	5844.000	경제	1.000	창조	0.553	창조	1410.635
창조경제	5665.000	창조	1.000	창조경제	0.546	경제	1410.635
한국	1125.000	한국	0.765	한국	0.104	박근혜	543.442
길	876.000	박근혜	0.758	박근혜	0.095	한국	478.962
기업	842.000	기업	0.741	기업	0.092	기업	397.134
성공	782.000	성공	0.701	길	0.083	성공	284.117
가는길	769.000	미래	0.687	성공	0.072	미래	259.443
박근혜	759.000	길	0.687	가는길	0.070	길	223.908
한국형	662.000	정부	0.673	한국형	0.056	산업	212.046
성공으로 가는 길	629.000	산업	0.671	성공으로 가는 길	0.052	정부	208.195

(4) 2014년도 언론에 나타난 ‘창조경제’ 관련 의미연결망

2014년의 창조경제 관련 주요 단어 의미연결망은 <그림 5>와 같이 2013년과 마찬가지로 여전히 복잡한 구조를 보인다. 이 결과를 연결강도 20으로 하여 축약한 결과, 2013년과 마찬가지로 ‘창조’, ‘경제’, ‘창조경제’가 밀접한 관계를 형성하며 의미연결망의 중심을 차지함을 알 수 있었다. 특히 ‘창조’(20회)는 여전히 단어 빈도에서 더 많은 빈도를 기록한 단어가 있음에도 불구하고 그래프의 중심에 위치했다. 한편 2013년 의미연결망의 중심에 위치하였던 ‘박근혜’는 단어 빈도는 여전히 3위이나 네트워크의 중심에서 이진해에 비해 다소 외부로 밀려난 모습을 보여 창조경제가 정치적 차원보다는 다른 차원에 좀더 집중되고 있음을 알 수 있었다.

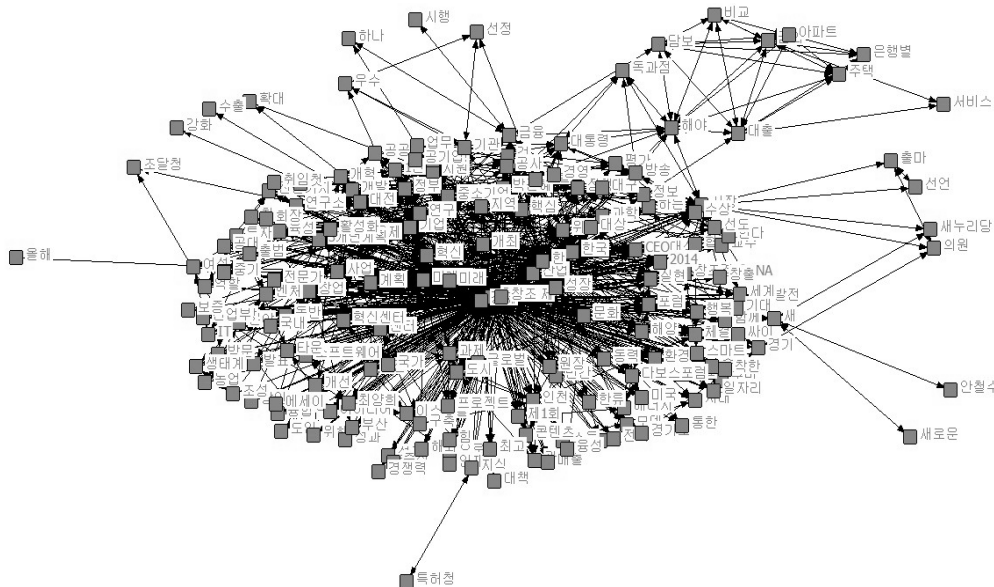
2014년 창조경제 관련 의미연결망은 2013년과 동일하게 총 5개의 군집을 형성하는데 2013년과 달리 하나의 독립된 군집이 존재한다. ‘군집 A’의 경우 세 핵심 단어 중 ‘경제’와 ‘창조’를 기준으로 ‘산업’, ‘기업’, ‘중소기업’ 등이 위치하며 이는 ‘활성화’, ‘핵심’, ‘환경’과 연결을 가진다. 이는 2014년 우리 언론이 창조경제와 관련 어떻게 기업을 지원하여 성장하게 하고 이를 경제적 부와 연결시킬 것인가를 다룬다고 할 수 있다. ‘군집 B’의 경우, 향후 창조경제의 중장기 계획과 관련한 단어와 이를 위해 혁신해야 할 것들은 좀더 실행과 관련한 내용으로 구성되어 있다. ‘군집 C’의 경우, ‘과학’, ‘기술’을 비롯 ‘포럼’, 행사의 ‘개최’와 관련한 단어가 위치하며 과학기술을 활용한 창조경제 실행에 관한 다양한 논의를 보도함을 알 수 있다. ‘군집 D’는 정부, 특히 미래부와 관련한 보도가 여전히 창조경제 관련 중요 이슈임을 보여준다. 한편 ‘군집 E’의 경우 독립된 군집의 형태를 보여주는데, 주로 부동산 대책이나 금융관련 단어가 네트워크를 형성한다. 이는 창

조경제에서 논의하는 주요 단어들과 직접적으로 연결되지 않아 보이나, 경제 문제와 관련 간접적으로 무관하지 않음을 드러내준다.

이렇게 2014년의 창조경제는 좀더 실행적인 면에서 의제 논의를 전개하며, 논의 전개에 있어 기업, 특히 중소기업의 중요성을 강조하고 부동산, 금융 등의 다른 경제문제와도 연결시켜 경제에 대한 종합적 논의 경향을 보인다. 그리고 이 과정에서 과학기술은 여전히 매우 중요한 요소로 언급됨을 알 수 있다.

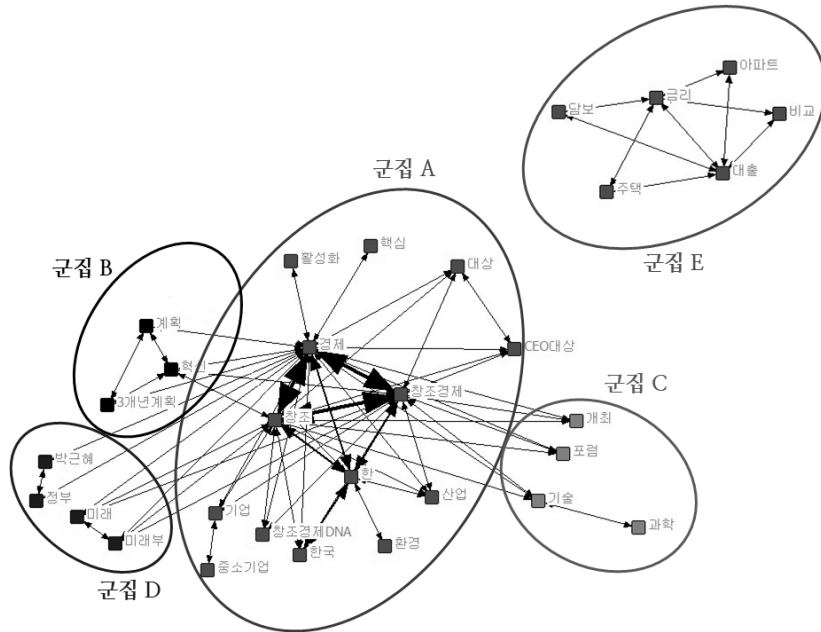
중심성 연구에서도, 중심이 되는 세 단어인 '경제', '창조', '창조경제'가 연결중심성, 근접중심성, 아이겐벡터 중심성, 매개중심성 모두에서 다른 단어와 비교해 월등히 높은 값을 보이며 네트워크의 중심에 위치함을 알 수 있었다. 경제문제의 창조적 접근이 여전히 창조경제 논의의 가장 중요한 키워드로 논의되는 것이다. 그다음으로는 '기업'이 모든 중심성 값에서 높게 나타났는데, 이는 2014년의 창조경제가 기업 살리기와 매우 큰 상관 관계를 가지고 논의를 전개함을 알 수 있다.

반면 단어 빈도에서 높은 순위를 차지했던 '박근혜'는 2013년과 달리 연결중심성, 매개중심성, 근접중심성에서 높지 않은 값을 나타냈다. 이는 우리 언론이 2014년에는 창조경제를 박근혜 대통령과 연관 짓는 논의보다는 좀더 창조경제 자체의 실행과 그 효과가 보도의 중심 주제로 떠오르는 경향을 보인다고 할 수 있다.



주: 연결강도 3, n = 190.

그림 5. 2014년 '창조경제' 관련 주요단어 연결망



주: 연결강도 20,  $n = 31$ .

그림 6. 2014년 '창조경제' 관련 주요단어 연결망

표 10. 2014년 주요 단어의 중심성 상위 값

연결중심성		근접중심성		아이겐벡터		매개중심성	
경제	2713.000	경제	0.931	경제	0.548	경제	1473.701
창조	2382.000	창조	0.931	창조	0.532	창조	1473.701
창조경제	2266.000	창조경제	0.922	창조경제	0.524	창조경제	1436.016
기업	618.000	기업	0.771	미래	0.100	기업	693.185
미래	536.000	미래	0.716	기업	0.097	미래	484.690
한국	445.000	산업	0.677	한국	0.086	산업	331.742
미래부	423.000	한국	0.668	미래부	0.079	미래부	295.865
혁신	374.000	미래부	0.661	혁신	0.079	한국	281.350
산업	341.000	혁신	0.649	산업	0.062	박근혜	253.705
기술	302.000	기술	0.649	대상	0.059	기술	245.890
박근혜	297.000	박근혜	0.639	기술	0.058	새	209.835
대상	246.000	사업	0.628	박근혜	0.048	혁신	202.389
개최	224.000	정부	0.624	창조경제DNA	0.043	시장	183.677
위한	221.000	개최	0.620	개최	0.042	정부	175.537
정부	214.000	중소기업	0.612	포럼	0.041	사업	158.777
계획	208.000	지원	0.610	정부	0.039	개최	155.081
금리	204.000	활성화	0.602	환경	0.038	중소기업	137.342
중소기업	197.000	정책	0.600	과학	0.035	전문가	137.015

## 5. 결론

### 1) 연구 결과

본 연구는 창조경제에 대한 우리 언론의 의제설정 경향을 시기별로 분석, 주요 국정 이슈인 창조경제가 어떻게 우리 사회 속에서 의미화되는지 이해하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 본격적으로 창조경제가 소개되던 시기(2008~2011)와 대선 운동기간(2012), 그리고 박근혜 정부가 본격적으로 업무를 시작한 2103년과 2년 차인 2014년으로 시기를 나누고 각 시기별 주요 키워드와 단어 간 의미연결망 구조, 키워드 중심성 조사를 실시하였다. 분석 대상은 국내 종합일간지를 대상으로 하였으며, 분석은 한국어 언어 분석 프로그램 KrKwic와 연결망분석 프로그램 UCINET을 활용하였다.

연구 결과, 이명박 정부 시절이었던 2008~2011년, 창조경제는 경제 문제 해결을 위한 대안 차원에서 소개되고 있었다. 이 시기 의제설정에는 '창조'라는 키워드가 논리 구축에 큰 역할을 하는데, 논의는 경제 위기 상황 극복을 위한 창조적 접근의 중요성을 강조하는 방향으로 전개되었다. 특히 이 시기 전 세계 경제문제로 등극한 리먼 브라더스 사태를 비롯한 미국발 경제 위기는 새로운 해결책의 필요성을 대두시켰을 것으로 보이며, 이러한 맥락에서 창조경제가 하나의 대안으로 소개된 것으로 보인다.

대선 운동과 박근혜 대통령 당선, 인수위 활동이 있었던 2012년에는 창조경제가 국정 운영 방향으로 소개되면서 창조경제에 대해 좀더 다양한 정보가 전달되었다. 특히 대선 운동 기간과 맞물려 향후 미래상을 그림으로써 새 정부 수립 이후 경제 미래 모습에 대한 예측과 관련한 단어를 자주 사용한다. 이 시기의 의미연결망은 역시 '경제'가 네트워크의 중심에 위치하면서 경제의 질적 변화를 이끌 새로운 패러다임으로서 창조경제 의제 논의를 전개하는 경향을 보인다. 또한 과학기술 발전이 경제 문제 해결에 매우 중요한 요소로 제시한다. 아울러 창조경제 개념을 새 정부 또는 대통령과 밀접하게 연결시키고 평가하려는 정치적 차원의 의미 구성 경향도 보인다.

박근혜 정부가 본격적인 업무를 시작한 2013년에는 관련 기사수도 폭발적으로 증가하고 의미연결망도 매우 복잡하게 구성되었다. 창조경제 의미연결망은 '창조', '경제', '창조경제'의 세 단어를 중심으로 구성되었다. 의미연결망은 창조경제의 성공과 효과를 나타내는 키워드나 해외 성공 모델과 관련한 키워드와 긴밀한 관계를 형성하였는데, 이를 통해 우리 언론이 창조경제를 미래 경제 모형으로서 성공시키고자 하는 경향을 드러낸다고 할 수 있다. 또한 2013년의 의미연결망에서는 '기업', 특히 '중소기업'이 연결망에

서 중심적인 역할을 차지하며 이에 대한 활성화를 창조경제의 중요한 성공요인으로 뽑았다. 또한 박근혜 정부에 들어와 미래부가 새로 등장함에 따라 미래부에서 추진하는 과학기술과 장르 간 융합이 중요한 이슈로 제시되었다. 특히 미래부는 박근혜 정부가 추진하는 정책 중 눈에 띄는 변화 중 하나이므로 새 정부의 정책 소개와 함께 자주 등장할 수 있었던 것으로 보이며, 창조경제 모델의 중심이 되는 부처인 만큼 자주 언급되었다.

2014년에도 창조경제는 언론을 통해 활발히 논의되며 복잡한 연결망을 구성하였다. 그러나 2013년과 달리 2014년에는 창조경제의 구체적 계획과 실행에 대한 정보가 주로 제공되었으며, 향후 창조경제 운영을 위해 혁신해야 할 것들을 제시한다. 또한 평가를 나타내는 단어가 다수 등장하며 창조경제가 집권 1년을 넘어선 박근혜 정부의 주요 평가 요소로 언급되는 것을 알 수 있었다. 의미연결망에서는 ‘창조’, ‘경제’, ‘창조경제’의 세 단어가 여전히 연결망의 중심을 구축했고, 군집분석 결과 하위에 창조경제 실행 전략과 기업 육성, 과학기술 육성과 이를 통해 경제문제를 해결할 창조적 접근법에 대한 논의가 창조경제에 대한 공적지식의 주된 내용이 되었다. 반면 ‘박근혜’라는 키워드는 2013년과 달리 높지 않은 중심성을 나타내, 창조경제가 정치적 차원보다는 보다 경제적 차원에서 집중적으로 의미화됨을 알 수 있었다.

이렇게 우리 언론은 창조경제를 주로 경제적 차원에서 의미화한다. 초기에는 경제 위기 해결의 대안으로서 소개되었으나 이후에는 새로운 미래를 위한 경제 패러다임으로 의미가 발전되는 경향을 보인다. 그리고 이 과정에서 이전과는 다른 창조적 접근의 중요성을 강조한다. 과학기술의 역할은 창조경제 실현을 위해 꾸준히 강조되었고, 박근혜 정부 수립 이후에는 기업, 특히 중소기업의 중요성이 강조되는 경향을 보인다. 창조경제는 박근혜 정부 시작 초기에는 박근혜 대통령과 강력하게 연결시키며 정치적 차원의 의미화 경향을 보였으나, 최근에는 좀더 경제적 차원에서 개념을 의미화하려는 경향을 보인다.

한편 연도별 주요 단어의 중심성 값 상위 순위는 매년 거의 동일하게 나타나는데, 매년 ‘창조’, ‘경제’, ‘창조경제’가 일관되게 상위 순위를 차지한다. 이를 통해 우리 언론이 창조경제 이슈를 비교적 일관된 방향으로 정보 제공 및 논의 전개를 하는 것을 알 수 있는 것으로, 경제문제 해결과 접근 방법의 창의화를 강조함을 알 수 있다.

## 2) 연구함의

본 연구는 어떤 방식으로 우리 언론이 창조경제를 다차원 경제적, 정책적, 사회문화적 차원에서 의미화 하는가에 관한 실증적 연구이다. 본 연구는 최근 국정의 주요 이슈인 창조경제가 우리 언론을 통해 어떠한 정보를 어떠한 방식으로 제공하고, 정보들은 어떻게 구성되어 특정한 이슈문화를 구축하는지를 시계열적으로 비교 연구, 창조경제에 대한 의제설정 경향을 종합적으로 분석하였다고 할 수 있다. 이러한 연구 결과를 통해 본 연구는 우리 언론이 창조경제에 대한 어떠한 종류의 정보를 주로 제공하고 정보에 대한 의견을 어떠한 방향으로 제시하며 2단계 의제설정을 구축하는지 알 수 있다. 그리고 이를 통해 우리 사회에 창조경제에 대한 공적 지식이 어떠한 방식으로 형성되는지 사회의 이슈에 대한 사고 틀을 확인할 수 있었다. 이렇게 형성된 공적 지식은 향후에도 우리 사회가 창조경제를 이해하고 논의하는 기반이 될 사고 틀일 것이며, 국정 커뮤니케이션을 수행하는 관련 부처에서는 우리 사회의 이러한 사고 틀을 충분히 이해하고 이에 대응하는 적합한 전략을 구축할 필요가 있다.

또한 본 연구는 다량의 데이터를 축소하여 중요한 의미와 함의를 찾아줄 수 있는 의미연결망 기법을 적용하여 기존의 의미 분석보다 좀더 구조적인 공적 지식구조 분석이 가능하였다. 이에 따라 보다 가시적이면서도 체계적으로 단어와 단어 간의 관계, 관련성 등을 파악할 수 있어 향후 전략 활용에 좀더 용이할 것으로 보인다.

그러나 본 연구는 종합일간지를 연구 대상으로 삼아, 블로그나 SNS 등 뉴미디어 내에서 수용자에 의해 어떻게 의미화 되는지를 적용하지는 않았다. 향후 뉴미디어 내의 수용자 의제설정 경향을 추가로 조사, 이를 종합일간지 의제설정 경향과 비교한다면 우리 사회의 창조경제에 대한 의미화 경향을 보다 풍부하게 조사할 수 있을 것으로 보인다. 그러나 멀티미디어 환경 내에서도 뉴스의 힘은 아직 강력하게 발휘되며, 뉴미디어 내에서도 신문 기사가 다시 공유되면서 수용자의 의제설정에 크게 영향을 미치는 상황을 고려할 때, 종합일간지 대상의 연구는 우리 사회의 창조경제 의미화 경향을 상당히 반영할 수 있다고 하겠다.

■ 참고문헌

- 관계부처 합동 (2013). <창조경제 실현계획(안): 창조경제 생태계 조성 방안>.
- 권상희 (2005). 인터넷 뉴스 프레임: 인터넷 미디어 발달의 장기적인 뉴스 보도 경향 연구. <한국언론정보학보>, 통권 30호, 35-87.
- 김성태·이영환 (2006). 인터넷을 통한 새로운 의제설정 모델의 적용: 의제 과급과 역의제설정을 중심으로. <한국언론학보>, 50권 3호, 175-204.
- 김수정·조은희 (2005). 생명과학에 대한 한국과 미국의 뉴스 프레임 비교연구. <한국언론학보>, 49권 6호, 109-139.
- 김왕동·송위진·성지은 (2013). 국민행복을 위한 창조경제: 특성과 함의. <기술혁신학회지>, 16권 3호, 672-693.
- 남인용·박한우 (2007). 대선 예비후보자 관련 신문기사의 네트워크 분석과 홍보전략. <한국정당학회보>, 6권 1호, 79-107.
- 문화관광부 (2004). <창의한국: 21세기 새로운 문화의 비전>. 서울: 문화관광부.
- 문화체육관광부 (2008). <문화비전 2008-2012>. 서울: 문화체육관광부.
- 박광순·안종묵 (2006). 포털사이트 프론트(front) 페이지 뉴스의 특성에 관한 연구. <한국언론학보>, 50권 6호, 199-226.
- 박한우 (2010). e-사이언스 시대의 인문사회학 연구하기-인터넷 연구방법을 중심으로. <사회과학연구>, 30권 2호, 195-211.
- 박한우·이연옥 (2009). 복합적 텍스트 분석을 이용한 포털 댓글에 관한 연구: 17대 대통령 선거 기간 미디어 '다음'에 게시된 광운대 BBK 동영상. <Journal of the Korean Data Analysis Society>, 11권 2호, 731-744.
- 박한우·Leydesdorff, L. (2004). 한국어의 내용분석을 위한 KrKwic 프로그램의 이해와 적용: Daum.net에서 제공된 지역혁신에 관한 뉴스를 대상으로. <Journal of The Korean Data Analysis Society>, 6권 5호, 1377-1388.
- 안종묵 (2012). 온라인신문과 블로그에 나타난 뉴스 프레임의 특성 비교분석: 대통령의 독도방문 사건사례. <사이버커뮤니케이션학보>, 29권 4호, 233-266.
- 양승목 (1997). 언론과 여론: 구성주의적 접근. <언론과 사회>, 17호, 6-40.
- 윤호영·박한우 (2011). 한국 정치인들의 트위터 활용방식: 정치인 트위터 메시지 및 이름연급 연결망 분석. <동아인문학>, 20호, 1-25.
- 임양준 (2009). 집단적 갈등 이슈에 대한 방송뉴스 프레임 비교 연구: 용산참사에 대한 MBC, KBS, SBS 저녁 뉴스를 중심으로. <한국언론학보>, 53권 5호, 55-79.
- 조인호·박지영·박한우 (2011). 한국에서 나타난 마이크로 블로깅과 정치현상 사이의 상호작용: 서울시장 예비후보 토론회를 중심으로. <동아인문학>, 19호, 323-359.
- 차두원 (2013). 창조경제의 개념과 산업 활성화 방안. <국토>, 통권 380호, 6-13.
- 차두원·유지연 (2013). <창조경제 개념과 주요국 정책분석>, 서울: 한국과학기술기획평가원.
- 최민재·김위근 (2006). 포털 사이트 뉴스서비스의 의제설정기능에 관한 연구. <한국언론학보>, 50권 4호, 437-463.

- 최윤정 · 권상희 (2013). '빅데이터' 관련 신문기사의 의미연결망 분석. <사이버커뮤니케이션학보>, 31권 1호, 241-285.
- Althaus, S., Tewksbury, D. (2002). Agenda setting and the new news: Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times. *Communication Research*, 29(2), 180-207.
- Bavelas, A. (1947). A mathematical model for group structures. *Human Organization*, 7(3), 16-30.
- Cho, S. E., Park, H. W. (2012). Government agencies' innovative use of the internet: The case of the twitter activity of South Korea's Ministry for Food, agriculture, forestry and fisheries. *Scientometrics*. 90 (1), 9-23. A special issue on Triple-Helix and Innovation in Asia using Scientometrics, Webometrics, Informetrics.
- Cho, S. E., Choi, M. G., & Park, H. W. (2012). Government-civic group conflicts and communication strategies: A text analysis of TV debates on Korea's Import of U.S. Beef. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 11(1), 1-20.
- Chung, C. J., Park, H. W. (2010). Textual analysis of a political message: The inaugural addresses of two Korean presidents. *Social Science Information*, 49(2), 215-239.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. New York: Harcourt.
- Department for Culture, Media and Sport (2008). *Creative Britain: New talents for the new economy*. London: Department for Culture, Media and Sport.
- Entman, R. M. (1991). Framing U. S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6-27.
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in social networks: Conceptual clarification. *Social Networks*, 1, 215-239.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.
- Gamson, W. A., Lasch, K. E. (1983). The political culture of social welfare policy, In Spiro, Shimon. (ed). *Evaluating the welfare state: Social and political perspectives*. NY: Academic Press, 398-415.
- Gamson, W. A., Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *The American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Ghanem, S. (1997). *Filling in the tapestry: The second level of agenda setting*. In M. McCombs, Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hester, B., Gibson, R. (2003). The economy and second-level agenda setting: A time-series analysis of economic news and public opinion about the economy. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(1), 73-90.
- Kim, S., Scheufele, D. A., & Shanahan, J. (2002). Think about it this way: Attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79, 7-25.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- McCombs, M. E., Ghanem, S. (2001). The convergence of agenda setting and framing. In *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the world*, ed.



- Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy Jr., and August E. Grant Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M. E., Shaw, D., & Weaver, D. (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M., Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187
- Park, H. W. (2012). Examining academic Internet use using a combined method. *Quality & Quantity*. 46(1), 251-266.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. MA: Harvard University Press.
- Shaw, D., McCombs, M. (1977). *The Emergence of American Political Issues*. St. Paul. MN: West.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- United Nations(2008). Creative Economy Report 2008. United Nations.
- Wasserman, S., Faust, K. (1994). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weaver, D (1977). "Political issues and voter need for orientation". In D. L. Shaw and M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues*, 107-120.
- Wigand, R. T. (1988). Communication network analysis: History and overview, in Goldhaber, G. & Barnett, G. A. (eds.), *Handbook of Organizational Communication*, Norwood: Ablex, 319-360.

최초 투고일 2014년 12월 14일

게재 확정일 2015년 3월 13일

논문 수정일 2015년 3월 23일

# A Semantic Network Analysis of “Creative Economics” in News Frame

Minkyung Cha

Lecturer, Sookmyung Women's University

Sanghee Kweon

Professor, Sungkyunkwan University

This research conducted a semantic network analysis of creative economics and the meaning construction process in the aspect of newspaper's agenda setting theory. The research used KrKwic(Korean Language Analysis) and UCINET(Network Analysis) to analysis major daily newspapers' news coverages. The results show that there are four different meaning networks; 1) In 2008-2011 years, the news coverage frame is to introduce creative economics to resolve current economic issues. 2) In 2012, the news frame of creative economics was related to future image of Korea after new government starts. Moreover, in this period, the news coverage was issued not just by economic issue but also by political issue, 3) In 2013, in the period of Park Government starting, news volume of creative economics exploded and the meaning networks also gets complex. The core keywords of the networks are “creativity”, “economics”, and “creative economics”. 4) In 2014, the news frame focused on more practical and conductive aspects of creative economics. The news frame also concentrated on how creative economics realize in the real economics rather than focusing on President Park.

Keywords: creative economics, semantic network analysis, agenda setting, framing, UCINET