

빅데이터 분석을 통한 신조어 연구 동향과 소셜미디어 사용자의 신조어에 관한 인식 연구

김수정* · 이안용** · 박덕유***

|| 차례 ||

- I. 서론
- II. 연구 방법
- III. 연구 결과
- IV. 논의 및 결론

【국문초록】

본 연구의 목적은 언어 네트워크 분석 방법과 소셜 빅데이터 분석 방법을 활용하여 신조어 관련 연구의 동향을 분석하고 소셜미디어 사용자들의 신조어에 관한 인식을 탐색하는 데 있다. 분석 도구는 넷마이너 4.4. 프로그램을 활용하였다. 연구 방법은 첫째, 학위논문과 학술논문 중 신조어 관련 연구 396편을 수집하여 연구 동향을 분석하였다. 둘째, 소셜미디어 유튜브를 중심으로 최근 1년간 신조어와 관련된 100개의 영상에 게시된 문서와 댓글 8,333개의 문서를 수집하여 중심성 및 토픽모델링 분석을 하였다.

연구 결과는 첫째, 신조어 연구자들이 가장 높은 관심을 보인 핵심어는 ‘한국어’이며, 2011년 이후부터는 국어 교육 분야보다 한국어 교육 분야에서 신조어에 대한 연구가 더욱 활발하게 진행되었다. 둘째, 신조어 유형은 한자어, 고

* 주저자: 인하대학교 국어문화원 부원장

** 공동저자: 인하대학교 국어교육학과 박사 수료

*** 교신저자: 인하대학교 국어교육과 교수

유어, 혼합어보다 외래어가 가장 높은 중심성을 나타내었고, 신조어 형성 방식은 차용, 합성, 축약·파생의 순서로 나타났다. 셋째, 신조어 관련 최근 연구에서는 ‘의미’, ‘문화’, ‘사회’, ‘형성’ 등의 단어가 중심성이 높게 나타났다. 넷째, 2011년부터 ‘소셜’, ‘미디어’의 단어가 출현하면서 신조어와 관련된 연구가 본격적으로 논의되기 시작하였다. 다섯째, 최근 1년간 소셜미디어 공간에서 가장 많이 출현한 명사는 ‘시리즈’이고, 형용사는 ‘재미있다’, ‘짧다’ 등의 긍정적인 단어들로 나타났다. 그러나 신조어 관련 연구에서 ‘인터넷’, ‘문법’, ‘파괴’, ‘현상’ 등의 부정적인 단어들이 서로 네트워크를 생성하였고, 소셜미디어 분석 결과에서도 ‘한글’과 ‘파괴’라는 부정적인 단어가 서로 연계되어 있음을 확인할 수 있었다.

주제어 : 언어 네트워크 분석, 토픽모델링 분석, 한국어 교육, 신조어 연구 동향, 줄임말, 소셜미디어 분석

1. 서론

본 연구는 언어 네트워크 분석 방법과 소셜 빅데이터 분석 방법을 활용하여 신조어 관련 연구의 동향을 분석하고 소셜미디어 사용자들의 신조어에 관한 인식을 탐색하는 데 그 목적이 있다. ‘신어’ 혹은 ‘새말’이라고도 하는 신조어는 표준국어대사전에서 ‘새로 생긴 말 또는 새로 귀화한 외래어’라고 정의한다. 최근 코로나-19의 확산으로 ‘코로나 블루(Corona+blue)’, ‘코로나미 쇼크(Corona+Economy)’, ‘코로나케이션(Corona+Vacation)’과 같은 외래어를 조합한 합성어 형태의 신조어들이 파생되고 있다. 또한 우리 사회에서 지나치게 축약하여 사용하는 현상을 비판하는 ‘별다줄’과 같은 줄임말 형태의 신조어도 끊임없이 쏟아

지고 있다. 소셜미디어의 사용자가 급증하면서 청소년들은 다양한 매체에 노출되고 있으며 지나친 신조어, 줄임말, 비속어의 사용으로 정서에 좋지 않은 영향을 미치기도 한다(조보람, 박종호, 2020). 또한 성인과 만 5세 유아들에게서도 ‘헐’, ‘대박’ 등과 같은 인터넷 신조어가 구어로 사용되면서 그 범위가 확대되고 있다. 그러나 유아들의 경우 자신이 사용하고 있는 신조어의 의미나 가치에 대해서는 명확하게 이해하지 못하고 있는 것으로 나타났다(민경훈, 이대균, 2016).

그렇다면 시대적 문화 현상을 반영하는 신조어에 관한 연구는 언제부터 시작되었고 그동안 어떤 주제들이 논의되어 왔으며 연구자들이 가장 관심을 둔 주제는 무엇일까? 또한 최근 급증하고 있는 소셜미디어 공간에서는 미디어 사용자들에게 신조어에 관한 어떤 정보와 감정이 공유되고 있을까? 신조어 연구의 흐름과 소셜 미디어 사용자들의 신조어 사용 실태를 살펴보는 것은 우리의 언어문화를 진단하고 올바른 언어 사용을 통하여 소통하는 사회적 풍토를 조성하는 데 도움이 될 것이라 판단된다. 학술연구정보서비스 Riss(www.riss.kr)에서 조사한 결과 최초의 신조어 연구는 ‘金泰鍾(1936), 新語 外來語에 對하여 다시 한번 論함, 朝鮮語學會’로 나타났으며, 2020년도까지의 학술논문과 학위 논문을 대상으로 언어 네트워크 분석 도구를 사용하여 수집한 결과 신조어 관련 논문은 396편으로 나타났다. 신조어의 연구 동향과 실태에 관한 연구로는 문병학(2020), 안명숙(2018), 최신인·최은정(2015) 등으로 나타났다. 그러나 신조어와 관련된 모든 분야의 논문을 대상으로 연구의 흐름을 살펴본 연구는 많지 않았다.

언어 네트워크 분석 방법을 사용한 연구로는 영어 교육 분야에서 학술논문 16편이 검색되었고, 한국어 교육에서는 학술논문 10편, 학위논문 30편으로 나타났으며, 국어 교육에서는 학술논문 10편, 학위논문 43편

이 검색되었다. 토픽모델링 분석 방법을 활용한 연구는 국어 교육에서 학술논문 6편, 학위논문 3편, 한국어 교육에서는 학술논문 12편, 학위논문 1편이 검색되었다. 이와 같이 최근 다양한 학문 분야에서 언어 네트워크나 토픽모델링 분석과 같은 과학적인 기법을 활용한 논의들이 확산되고 있음을 알 수 있다. 이는 방대한 양의 데이터를 주관적으로 분석하는 데는 한계가 있으며, 연구자의 전문적인 해석이나 식견이 갖는 논의가 중요한 만큼 과학적인 연구 방법론을 통한 객관적인 데이터를 기반으로 내리는 합리적인 해석의 타당성에 관한 이해나 공감도 중요하기 때문이다(신명선, 2019).

소셜 빅데이터로 검색한 결과는 영어 교육 분야에서 유튜브 사용자를 대상으로 조기 영어 교육 실태에 관한 권은영(2019)의 연구를 포함하여 학술논문 5편, 학위논문 3편이 검색되었고, 국어 교육에서는 신미경·이옥인(2020)의 고등학교 국어과 교수 실태 조사 외에 소셜 네트워크 서비스를 활용한 연구 15편이 검색되었다. 그러나 소셜 네트워크 서비스를 활용한 교육 방안 연구가 주를 이루었고, 이를 분석 방법으로 활용한 연구는 많지 않았다. 한국어 교육 분야에서는 유튜브 사용자의 한국어교육 인식 실태를 연구한 이안용·박덕유(2020), 조순정·이동현(2019)의 연구와 인스타그램의 해시태그를 중심으로 분석한 남신혜(2020)의 연구 외에 학술논문 6편, 학위논문 11편으로 나타났다. 이는 폭발적으로 증가하고 있는 소셜미디어의 비정형 데이터에 대한 정보 수집 및 분석, 추출이 가능하며(윤유동 외 2017), 미디어 공간에서 공유하고 있는 생각, 감정, 경험, 지식, 정보들을 데이터화할 수 있기 때문이다. 또한 기존의 설문 조사에서는 얻을 수 없는 정보의 한계를 극복하고 미디어 사용자들의 솔직하고 자발적인 생각이 반영되어 진정성을 확보할 수 있다는 장점도 있다(안수빈 외, 2020; 송길영, 2014). 이에 본

연구에서는 신조어와 관련된 연구의 흐름과 현황을 점검하고, 유튜브를 중심으로 신조어와 관련된 영상과 댓글에서 공유되고 있는 신조어 사용의 인식 실태를 탐색해보고자 한다. 이를 위해서 다음과 같은 연구 문제를 선정하였다.

첫째, 신조어와 관련된 학술 및 학위논문에서 연구자들이 가장 관심을 보인 핵심어와 주제는 무엇이며 시기별 핵심어의 변화 추이는 어떠한가?

둘째, 소셜미디어 공간에서 사용자들은 신조어와 관련하여 어떤 정보와 감정을 공유하고 있으며 댓글 사용자들은 어떤 주제에 관심을 갖고 있는가?

셋째, 신조어의 연구 동향 분석 결과와 소셜미디어 사용자들의 신조어에 관한 인식 결과를 통해서 얻을 수 있는 교육적 시사점은 무엇인가?

II. 연구 방법

자료 수집은 학술연구정보서비스 Riss(riss.kr)에서 검색어 ‘신조어’, ‘신어’, ‘새말’로 검색되는 학위논문과 학술논문에서 수집하고 내보내기 ‘EndNote/Mendeley’의 기능을 선택하여 제목, 저자, 학술지명, 권호, 발행기관, 자료유형, 수록면, 발행연도, 발행지, 키워드, 초록, 목차 등의 서지정보를 저장하였다. 분석 대상 논문의 수는 신조어와 관련된 연구로 총 396편(학위논문 193편, 학술논문 203편)이 수집되었다. 자료 수집 도구는 넷마이너 4.4의 논문 수집 기능인 ‘Bilio data collector’ 기능

을 사용하였는데, 전체 논문에서 주제어와 초록에 나타난 명사를 중심으로 중복되는 단어는 제외하고 총 3,634개의 단어를 수집하였다. 또한 핵심어 추출을 위해서 윈도우 사이즈는 3어절로 설정하고 동시 출현 빈도수는 2회 이상부터 선(link)이 출현하도록 설정하였다(window size: 3, link frequency threshold: 2). 유의미한 핵심어를 추출하기 위해서 한 글자의 명사와 영어, 숫자, 그리고 일반적인 학술 용어들은 분석에서 제외시켰다. 또한 분석 결과에서 가장 높은 빈도로 추출될 수 있는 ‘신조어’, ‘신어’의 단어들은 제외하였다.

소셜미디어 분석을 위한 자료 수집 도구는 넷마이너 4.4.의 ‘YouTube Collector’ 기능을 사용하여 최근 1년간(2019년 9월 8일부터 2020년 9월 8일까지) ‘신조어, 줄임말’을 키워드로 검색하여 100개의 영상을 수집하고, 각각의 영상에 제시된 주제어와 영상을 소개하는 글에 나타난 문서에서 5,917개의 단어(명사)를 수집하고, 댓글에 나타난 문서에서 8,333개의 단어를 수집하였다. 그러나 데이터 수집 시 유의미한 키워드를 추출하기 위하여 유튜브 영상과 방송에 관련된 단어는 제외어로 설정하였다.

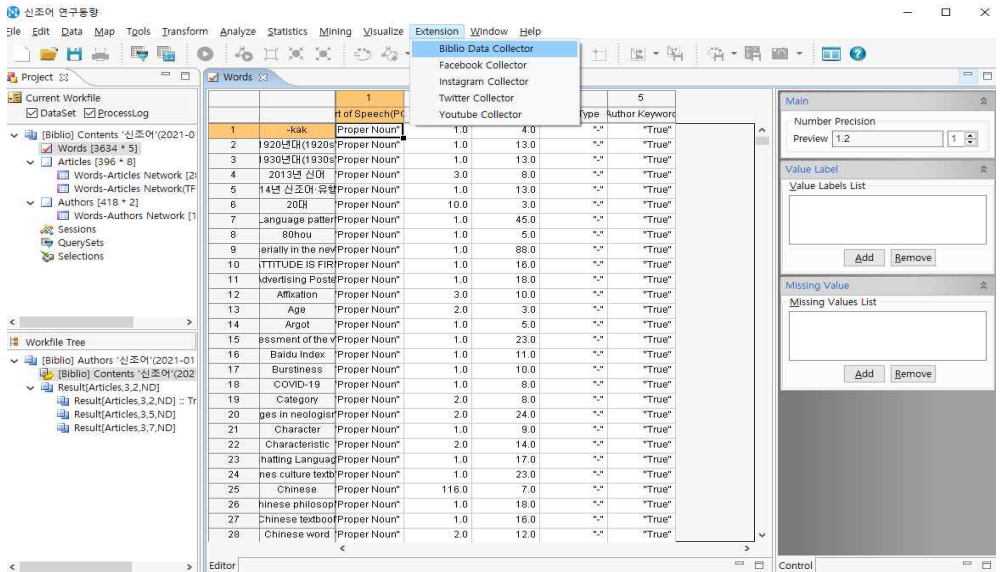
〈표 1〉 분석 대상과 자료 수집

자료수집	분석 대상	검색어	수집 기간	수집량
RISS	학위논문 학술논문	신조어, 신어, 새말	2020. 1. 12	396편(학위193편, 학술203편)
제외어	신조어, 신어, 연구, 분석, 결과, 중심, 내용, 사전, 사후, 사용, 영향, 이용, 관련, 경우, 방법, 적용, 활용, 필요, 확인, 문제, 대상, 최근, 가능, 제시, 수행, 고려, 방안, 도출, 요인, 파악, 요소, 대부분, 한 글자 명사			
YouTube	영상, 게시글, 댓글	신조어, 줄임말	2019. 9. 8 ~2020. 9. 8	영상 100개 댓글 8,333개
제외어	말, 영상, 신조어, 구독, 편집, 유튜브, 방송, 사랑, 감사, 생각			

언어 네트워크 분석(semantic network analysis) 방법은 문장이나 단어의 출현 빈도 및 연결성을 분석하여 수치화함으로써 텍스트 내의 주요 개념들의 관계를 이루고 있는 언어 네트워크 관계를 시각적으로 밝혀줄 수 있다. 또한 키워드 간의 강도까지도 분석하여 연구 경향을 명확하게 파악할 수 있는 방법이다(이수상, 2014).¹⁾ 분석 도구는 빈도수 분석과 중심성 분석을 활용하는데, 시기별로 중심성과 핵심어의 변화 추이를 분석하고자 한다.²⁾ 빈도수 분석에서는 출현 빈도에 따른 핵심 단어를 직관적으로 파악할 수 있도록 빈도수에 비례하여 키워드의 크기를 시각적으로 나타내는 워드 클라우드 분석 기법이 사용된다(윤유동 외 2017). 더불어 핵심어 간의 의미를 보다 명확하게 파악하기 위하여 단어와 단어 사이에 연결 강도를 측정하는 단어 쌍 분석을 실시할 것이다. 그리고 분석 지표의 중심성(centrality) 분석을 활용하여, 연결 중심성 분석과 매개 중심성 분석을 기반으로 핵심어를 추출하고 동시에 시기별 분석을 통한 핵심어 변화를 살펴보고자 한다. 또한 추출된 주요 키워드와 이웃하고 있는 단어들의 집합을 분석하기 위해 에고 네트워크(ego network) 분석 방법을 활용하고자 한다. 유튜브 100개 영상의 게시글과 댓글에서는 명사와 형용사 단어의 두 종류로 나누어 신조어에 관한 정보와 신조어에 관한 사용자들의 감정을 탐색하고자 한다.

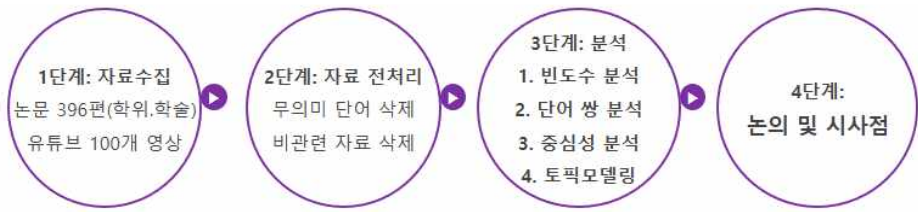
1) 서희정, 이종연(2018:653)에서 언급했듯이 네트워크에서 서로 연결된 각각의 개체는 노드(node)나 점을 의미하는데 이는 핵심어(keyword)의 단어를 의미하며 링크(link)를 통해서 노드 간 상호 연결 관계를 파악할 수 있다.

2) 이수상(2012:255-282)에 의하면 언어 네트워크 분석에서 사용되는 주요 중심성 분석의 종류는 크게 연결정도 중심성(degree centrality), 근접 중심성(closeness centrality), 매개 중심성(betweenness centrality), 위세 중심성(prestige centrality)으로 분류할 수 있다.



(그림 1) 'Biblio data Collector'와 'YouTube Collector'기능

주요 연구 주제를 분석하기 위해서 사용된 토픽모델링 분석 방법은 텍스트 마이닝 기법 중 하나이며 대규모 비구조적인 형태의 데이터를 확률에 근거하여 탐색하는 방법으로 단어 출현 빈도나 동시 출현 빈도를 추출함으로써 문서의 주요 토픽을 분석하는 방법이다. 텍스트 마이닝(text mining)이란 다량의 텍스트 안에 숨겨진 정보를 다양한 분석기법으로 분석하여 상관관계 등과 같은 규칙성을 찾아내는 일종의 지식 발굴 행위이다(이수상, 2016). 토픽모델링 분석은 생성 확률 모델(generative probabilistic model)에 근거한 알고리즘 기법이 이용되는데 이는 문서에 숨겨져 있는 토픽을 변수로 보고 기계학습(machine learning) 방법을 통해서 확률적으로 계산함으로써 최적의 토픽을 추출한다(신명선, 2019). 본고의 연구 방법을 정리하면 [그림 2]와 같다.



[그림 2] 연구 방법

III. 연구 결과

1. 신조어 연구 동향 분석 결과

1) 논문 수 추이

신조어에 관한 연구는 金泰鍾(1936)의 연구를 시작으로 1997년 3편, 2001년 6편, 2005년 10편으로 증가하였고, 2007년에는 20편으로 본격적인 연구가 이루어졌으며 2020년에는 43편으로 가장 많았다. 시기별로는 2000년부터 논문 수가 소폭 상승하다가 2011년 이후부터 큰 폭으로 증가하였다. 신조어에 관한 연구가 아직은 많지 않지만 2016년부터 연구자들에게 높은 관심을 받고 있으며, 이러한 상승세로 볼 때



[그림 3] 연도별 논문 수 추이

향후 신조어 연구는 꾸준히 증가할 것으로 보인다.



(그림 4) 시기별 논문 수 추이

2) 빈도수 분석 결과

신조어와 관련된 396편의 논문에서 연구자들이 자주 사용한 단어는 무엇인지 살펴보기 위하여 빈도수 분석을 실시하였다. 유의미한 핵심어를 추출하기 위해서 ‘신조어, 신어’의 단어는 분석 대상에서 제외하였다. 아래 [그림 5]는 출현 빈도수가 높은 상위 300개의 단어들을 시각화한 워드 클라우드 시각화 분석 결과이다. 그중 가장 눈에 띄는 단어는 ‘의미, 한국어, 교육, 학습, 단어, 사회, 문화, 어휘, 외래어, 한자어, 통신언어’ 등이다. 이를 통하여 신조어의 의미와 사회의 변화에 따른 어휘의 생성 및 형성에 관한 연구와 더불어 국어 교육이나 한국어 교육에서 언어와 문화 교육의 일환으로 통신언어, 외래어, 한자어 등의 신조어에 관한 연구가 진행되었다는 것을 추측할 수 있다.



(그림 5) 신조어 관련 연구 빈도수의 상위 300개 워드 클라우드

신조어와 관련된 연구에서 가장 높은 빈도수로 도출된 단어는 ‘의미’로 전체 논문에서 271회 출현하였으며 ‘한국어’가 262회, ‘사회’는 246회 등장하였다. 이러한 결과는 한국어 교육 분야에서 신조어의 사회언어학적 의미와 형태에 관한 연구와 어휘 교육에 관한 주제가 활발히 논의되었음을 나타낸다. 다음으로 신조어의 생성 양상이나 교육 방안에 대한 연구들도 높은 빈도를 나타내었고, 인터넷에서 사용되고 있는 신조어에 관한 연구도 상위 순위로 도출되었다. <표 2>는 신조어 관련 논문에서 나타난 빈도수 상위 20개의 핵심어이다.

〈표 2〉 빈도수 상위 20개의 핵심어

순위	키워드	빈도 수	순위	키워드	빈도 수
1	의미	271	11	분류	162
2	한국어	262	12	한자어	158
3	사회	246	13	형태	155
4	단어	238	14	생성	151

5	어휘	230	15	변화	149
6	학습	215	16	현상	135
7	교육	206	17	특징	133
8	문화	205	18	방식	127
9	외래어	205	19	인터넷	123
10	형성	170	20	통신 언어	123

빈도수 분석 결과를 구체적으로 살펴보기 위하여 단어와 단어 간 연결 강도가 높은 단어 쌍 분석 결과를 살펴보면 <표 3>과 같다. 가장 높은 연결 강도의 단어 쌍으로 ‘문화-사회’, ‘외래어-한자어’, ‘학습-한국어’, ‘변화-사회’, ‘고유어-한자어’, ‘중국어-한국어’ 등으로 나타났다. 이는 신조어가 사회 문화적인 현상과 관련이 높으며 이를 통한 한국과 중국의 사회 변화와 신조어의 생성 관계에 관한 연구나 신조어의 의미와 문화교육 연구들이 높은 관심을 받고 있다는 것을 알 수 있다. 아울러 신조어의 의미와 조어 형태에 관한 단어 쌍도 출현 빈도가 높게 나타나면서 한자어, 고유어, 외래어 등 신조어의 합성어 생성과 형태, 조어 분류에 관련된 주제도 높은 관심을 보이고 있다. 이외에도 ‘두피-모발’, ‘관심-뷰티’ 등의 단어들도 출현하면서 다양한 분야에서 신조어에 관한 논의가 다뤄지고 있음을 알 수 있다.

<표 3> 단어 간 연결 강도 상위 20개의 단어 쌍

순위	Source	Target	Weight	순위	Source	Target	Weight
1	문화	사회	64	11	의미	형태	25
2	외래어	한자어	53	12	중국	한국	25
3	학습	한국어	44	13	사회	현대	25
4	고유어	한자어	41	14	사회	현상	24

5	변화	사회	38	15	문화	한국	23
6	중국어	한국어	36	16	관리	두피	22
7	사회	한국	30	17	단어	의미	22
8	중국	학습	29	18	두피	모발	21
9	교수	학습	27	19	관심	뷰티	21
10	고유어	외래어	26	20	공통점	차이점	20

3) 중심성 분석 결과

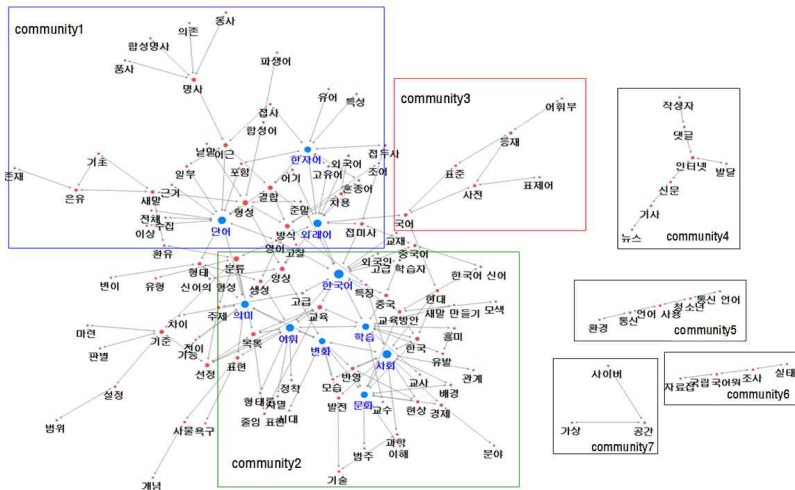
학위논문과 학술논문의 연구자들에게 가장 관심을 끌었던 핵심어는 무엇이며, 출현 빈도수 분석 결과와 중심성 분석 결과는 어떤 차이를 나타내는지를 알아보기 위하여 연결 중심성 분석과 매개 중심성 분석을 실시하고, 분석 결과 중심성이 높은 상위 20개 단어들을 <표 4>에 정리하였다. 또한 중심성 결과를 시각화하기 위해서 윈도우 사이즈는 '3', 출현빈도는 '7'회 이상 출현하는 단어만 링크가 나타나도록 설정하였다.

<표 4> 연결 중심성과 매개 중심성 분석 결과 상위 20개 단어

순위	연결중심성	비율	매개중심성	비율
1	한국어	0.077348	외래어	0.091218
2	사회	0.071823	한국어	0.081828
3	단어	0.066298	의미	0.080586
4	어휘	0.066298	단어	0.072279
5	외래어	0.066298	변화	0.062677
6	의미	0.060773	어휘	0.061918
7	문화	0.055249	분류	0.04778
8	학습	0.055249	형성	0.044668
9	변화	0.049724	어근	0.041224

10	한자어	0.049724	양상	0.038598
11	분류	0.038674	사회	0.037432
12	형성	0.038674	학습	0.037197
13	결합	0.033149	국어	0.036216
14	교육	0.033149	명사	0.032781
15	방식	0.033149	문화	0.028599
16	양상	0.033149	결합	0.027535
17	기준	0.027624	기준	0.02668
18	명사	0.027624	한자어	0.023094
19	목록	0.027624	새말	0.02113
20	선정	0.027624	표현	0.019828

분석 결과 ‘한국어, 외래어, 의미, 단어, 사회, 어휘, 학습, 문화, 한자어, 변화, 형성’ 등의 핵심어가 유사하게 추출되었다. [그림 6]은 단어 간 연결 중심성 분석 결과를 한눈에 파악할 수 있도록 시각화한 것이다.



[그림 6] 신조어 관련 연구의 연결 중심성 시각화

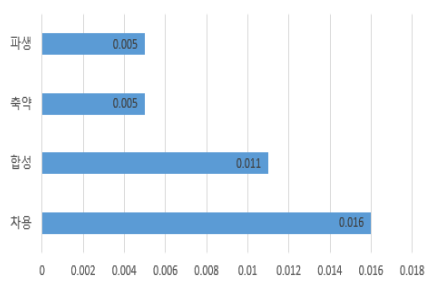
상위 핵심어들과 시각화하여 나타난 연결 중심성 분석 결과를 통하여, 한자어와 외래어가 포함된 신조어의 수용 양상 및 형성 과정에 관한 연구(community1)와 한국어 교육 분야에서 외국인 학습자들의 모어와 한국어 신조어의 대조 분석을 통한 교육 방안 연구(community2)가 가장 높은 관심을 나타내고 있음을 볼 수 있다. 또한 국어 교육에서 신조어 교육 및 한국어 사전에서 신어와 표제어 선정에 관한 연구(community3)도 연구자들에게 주요 주제로 다뤄졌다는 것을 알 수 있다. 독립적인 그룹들도 나타났는데 인터넷의 신조어 생성에 관련된 연구와 신문기사 말뭉치에 나타난 신조어 양상에 관한 연구(community4) 및 청소년들의 인터넷 통신 언어 사용 및 댓글 분석을 통한 온라인 언어문화를 분석한 연구(community5)도 출현하고 있다. 신조어 사용 실태와 자료집에 관한 연구(community6)에도 연구자들이 관심을 나타내었으나 아직 소셜미디어 공간에서 사용되고 있는 신조어에 대한 실태 조사와 인식에 관한 연구는 활발하게 이루어지지 않았음을 알 수 있다.

교육 연구 분야에서 ‘국어’의 연결 중심도는 0.035, ‘한국어’는 0.069로 밝혀졌다. 이는 국어 교육 분야보다 외국인 학습자를 대상으로 한국어 교육에서 신조어 관련 연구가 더욱 활발하게 진행되고 있다고 할 수 있다. 대상별로는 ‘청소년’을 대상으로 한 중심도가 0.021로 초등학교(0.0007)이나 유아를 대상으로 한 연구보다 높게 나타났다. 신조어의 형성 방법은 ‘차용’이 0.016, ‘합성’은 0.011, ‘파생’과 ‘축약’이 각각 0.005로 나타났다. 이는 신조어의 형성에서 차용 방식에 관한 연구가 가장 관심이 높았으며 이어서 합성, 축약·파생의 순서로 관심을 나타내고 있음을 보여준다. 또 신조어가 형성되는 파생 방식 중 접미사(0.022) 파생어는 접두사(0.011) 파생어보다 더 높은 비율로 나타났다. 신조어의 어종별 유형은 한자어, 외래어, 고유어, 혼종어(혼합어)로 나누어 각각의 중

심성을 분석한 결과, 외래어가 43%로 1위를 차지했으며 한자어가 32%, 혼종어 11%로 그 뒤를 이었다. 혼종어 중 외래어를 포함한 경우가 많은 것을 고려할 때 신조어에서 외래어의 비중이 매우 크다는 것을 알 수 있다.



[그림 7] 신조어의 어종 비율



[그림 8] 신조어의 형성 방법

다음으로 연구자들이 관심을 보인 핵심어들은 시기별로 어떻게 변화되었는지 알아보기 위하여 시기별 중심성 상위 20개 핵심어들의 변화 추이를 분석하여 <표 5>에 정리하였다.

<표 5> 신조어 연구의 시기별 핵심어 상위 20개의 중심성 변화 추이

시기	2000-2005		2006-2010		2011-2015		2016-2020	
순위	핵심어	연결 중심성	핵심어	연결 중심성	핵심어	연결 중심성	핵심어	연결 중심성
1	형성	0.0769	통신	0.0747	의미	0.0909	한국어	0.0968
2	청소년	0.0532	교육	0.0654	교육	0.0693	교육	0.0956
3	어기	0.0532	국어	0.0623	한자어	0.0647	의미	0.0943
4	통신	0.0414	형성	0.0591	사회	0.0585	단어	0.0917
5	자신	0.0414	학습	0.0591	한국어	0.0570	문화	0.0904
6	어휘	0.0414	어휘	0.0591	명사	0.0462	사회	0.0826

7	의미	0.0355	말	0.0591	학습	0.0462	형성	0.0775
8	명사	0.0355	표현	0.0529	외래어	0.0446	어휘	0.0658
9	규범	0.0355	단어	0.0529	접미사	0.0446	학습	0.0658
10	인터넷	0.0295	의미	0.0498	단어	0.0416	외래어	0.0555
11	교육	0.0295	사회	0.0467	형성	0.0416	분류	0.0529
12	합성법	0.0236	외래어	0.0404	개	0.0385	형태	0.0516
13	일본어	0.0236	도상	0.0404	문화	0.0369	생성	0.0478
14	인격	0.0236	현상	0.0373	방식	0.0369	개념	0.0426
15	용어	0.0236	문화	0.0373	표현	0.0369	인터넷	0.0426
16	사회	0.0236	한국어	0.0342	개념	0.0354	국어	0.0387
17	맷글	0.0236	준말	0.0311	어휘	0.0354	방식	0.0387
18	결합	0.0236	어종	0.0311	말	0.0323	접사	0.0387
19	현상	0.0177	생활	0.0311	어근	0.0308	양상	0.0374
20	합성어	0.0177	용어	0.0280	인터넷	0.0308	말	0.0361

시기별 중심성 분석 결과 상위 20개의 핵심어들 중에서 가장 눈에 띄는 단어는 ‘한국어(0.096)’로 2005년 이전에는 중심도가 0.005로 순위권에 나타나지 않았으나, 2006년 이후 꾸준히 상승세를 나타내면서 최근에는 가장 높은 핵심어로 추출되었다. 이어서 핵심어 중 ‘교육’이 2위를 차지했는데 이러한 결과를 통하여 최근 신조어를 활용한 한국어 교육에 연구자들이 높은 관심을 보이고 있음을 알 수 있다. 이와는 달리 핵심어 중 ‘국어’는 ‘한국어’의 상승세에 비해 상대적으로 관심도가 낮아진 것으로 나타났다. 또한 최근 2020년도까지 ‘의미’, ‘문화’, ‘사회’가 상위 중심성을 나타내면서 신조어의 의미에 관한 연구와 더불어 한국 사회와 문화 현상에 관한 연구도 높은 관심을 받고 있다. 동시에 최근 인터넷에서 사용되고 있는 외래어와 신조어 사용 양상에 관한 연구도 연구자들의 높은 관심을 받는 것으로 보인다.

4) 토픽모델링 분석 결과

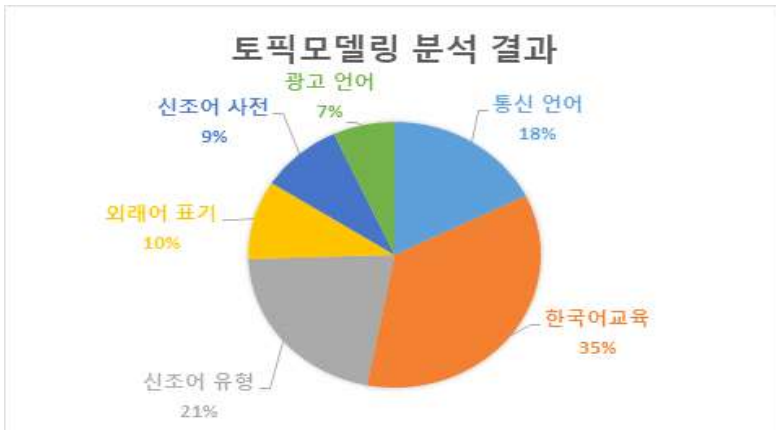
신조어에 관한 연구들이 주로 논의한 주제에 대하여 분석한 결과 다음과 같은 10개의 주제와 주요 핵심어들이 도출되었다. 아래 <표 6>은 신조어에 관한 주요 연구 주제와 백분율을 분석한 것이다.

<표 6> 신조어 관련 주요 연구 주제 및 백분율

토픽	키워드1	키워드2	키워드3	키워드4	소주제	논문 수	대주제
1	새말	통신 언어	인터넷	문장	인터넷 통신언어에 나타난 신조어 연구	19 (5%)	통신 언어 (18%)
2	청소년	통신 언어	통신	언어 사용	청소년의 통신언어 사용 실태 연구	51 (13%)	
3	학습	교육	한국어	선정	신조어에 관한 한국어 교육 방안 연구	67 (17%)	한국어교육 (35%)
4	한자어	외래어	중국어	접미사	한·중 신조어의 한자어와 외래어 대조 연구	33 (8%)	
5	문화	사회	한국	어휘	한·중 사회문화 신조어 연구	40 (10%)	
6	단어	생성	의미	혼성어	신조어의 생성과 단어의 형태 연구	55 (14%)	신조어 생성 및 유형 (21%)
7	변화	형성	의미	양국	신조어의 변화, 형성 유형 연구	30 (7%)	
8	외래어	국어	용어	표기	외래어 표기에 관한 연구	38 (10%)	외래어 표기 (10%)
9	준말	음절	한국어	사전	한국어 준말 신조어 어휘 사전 연구	36 (9%)	신조어 사전 (9%)
10	관심	줄임말	관리	광고 언어	광고 언어에서 사용하는 신조어 연구	27 (7%)	광고 언어 (7%)

10개의 주제에 대한 토픽모델링 분석 결과 가장 많은 논문 수를 나타낸 주제는 신조어를 통한 한국어 어휘 교육과 문화 교육에 관련된 연구로 나타났다. 외국인 학습자를 대상으로 한 신조어 교육에 관한 연구는

한·중 신조어 대조 연구를 포함하면 35%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 다음으로 신조어의 생성과 유형에 관한 연구 비율이 21%, 인터넷에 나타난 청소년들의 신조어 사용 실태에 관한 연구가 18%로 그 뒤를 이었다.



(그림 9) 토픽모델링 분석 결과 주요 주제 비율

2. 소셜미디어 분석 결과

1) 빈도수 분석 결과

워드 클라우드(word cloud) 분석은 문서의 키워드나 개념을 빈도수에 비례한 단어의 크기를 시각적으로 돋보이게 함으로써 주요 키워드를 직관적으로 파악할 수 있는 기법이다(윤유동 외, 2017). 다음 [그림 10]과 [그림 11]은 유튜브 영상과 댓글에 나타난 상위 키워드 300개를 시각적으로 나타낸 것이다.



(그림 10) 영상의 워드 클라우드



[그림 11] 댓글의 워드 클라우드

영상(video)과 댓글(comment)의 워드 클라우드 분석 결과 높은 빈도로 출현한 ‘시리즈’, ‘댓글’, ‘뜻’, ‘단어’ 등과 같은 단어는 유사하게 나타났다. 이를 통해 줄임말이나 신조어 ‘시리즈’의 뜻을 설명하는 내용의 영상이 방송과 댓글에서 소통되고 있다는 것을 알 수 있다.

영상에서 빈도수 상위 20개의 핵심어(명사)를 제시하면 다음 <표 7>과 같다. 영상에서는 ‘썸(썸타다: 좋아하는 이성 간의 미묘한 관계를 나타냄), 다줄(별다줄: 별것을 다 줄인다), 반모(반말 모드: 서로 말을 놓아 친구처럼 지내는 것), 잼(재미의 줄임말로 꿀잼, 허니잼과 같이 사용하는 인터넷 신조어)’과 같은 한국어 줄임 형태의 신조어나 유행어³⁾ 소개에 관한 내용이 상위에 올라 있다. 또한 댓글에서는 ‘요즘 세대’, ‘친구’, ‘학교’, ‘게임’, ‘한국어’, ‘영어’ 등과 같은 단어들이 출현하면서 청소년들의 학교 생활이나 게임 용어들에서 신조어가 사용되고 있다는 것을 짐작할 수 있다.

3) 유행어는 신조어의 일종으로 비교적 짧은 시기에 걸쳐 여러 사람의 입에 오르내리는 단어나 구절로 해학성, 풍자성을 띠며 신기하거나 경박한 느낌을 준다.

〈표 7〉 상위 빈도수 20개의 핵심어(명사)

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	댓글	135	11	다줄	86
2	영어	131	12	요즘	77
3	시리즈	125	13	반모	75
4	친구	122	14	한국어	74
5	뜻	115	15	세대	73
6	오늘	108	16	글	70
7	단어	106	17	학생	68
8	한글	101	18	유행어	60
9	썸	94	19	잼	59
10	한국	86	20	손	59

신조어에 대한 소셜미디어 사용자들의 감정은 어떠한지 알아보기 위하여 댓글에 나타난 문서를 중심으로 형용사로 분류된 단어만 추출하였다. 가장 많이 출현한 형용사에 대한 워드 클라우드 분석 결과를 시각화하고 상위 20개의 단어를 [그림 12]에 정리하였다.



〈그림 12〉 신조어에 대한 상위 빈도의 형용사 워드 클라우드

워드 클라우드 분석 결과 가장 눈에 띄는 단어는 ‘재밌다’로 다른 단어에 비해 압도적으로 높은 빈도수를 나타내고 있다. 다음으로 높은 빈도의 형용사 단어는 ‘많다, 귀엽다, 재미있다, 그렇다, 이쁘다, 예쁘다’ 등과 같이 신조어에 대해서 긍정적인 반응을 나타내는 단어들이 상위를 차지하였다. 또한 ‘귀엽다, 젊다, 궁금하다, 신기하다, 새롭다’ 등 신조어에 대해서 재미를 느끼며, 그 뜻에 대하여 궁금해 하고 관심을 보이는 형용사가 젊다는 단어와 함께 상위에 출현하였다. 반면에 ‘싫다, 어렵다’라는 단어도 상위에 출현하였으며 ‘쓸데없다’, ‘어이없다’, ‘재미없다’와 같은 부정적인 감정을 나타내는 단어들도 하위 빈도로 출현하였다. 신조어에 관한 형용사 단어 중 상위 빈도수 20개의 키워드를 다음 <표 8>에 정리하였다.

〈표 8〉 상위 빈도수 20개의 형용사

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	재밌다	151	11	궁금하다	24
2	많다	117	12	괜찮다	21
3	귀엽다	86	13	죄송하다	15
4	싫다	42	14	신기하다	15
5	재미있다	33	15	고맙다	15
6	어렵다	32	16	젊다	14
7	그렇다	31	17	비슷하다	14
8	이쁘다	29	18	작다	13
9	예쁘다	25	19	저렇다	12
10	귀여우다	25	20	색시하다	11

단어와 단어 사이의 연결 강도가 높은 주요 형용사의 단어 쌍 분석 결과 역시 긍정적인 단어들이 높게 나타난다. ‘유익하다-재밌다, 귀엽

다 예쁘다, 많다-재밌다, 신기하다-재미있다, 궁금하다-재밌다'와 같이 신조어에 대한 호기심과 흥미를 나타내고 있다는 것을 알 수 있다. 반면에 '쓸데없다-한가하다, 싫다-지겹다' 등의 단어 쌍도 나타났으나 대체로 신조어에 대한 관심을 나타내는 긍정적인 감정의 단어 쌍이 상위에 등장하였다. 형용사 단어 쌍 분석 결과는 다음 <표 9>와 같다.

<표 9> 형용사 단어 쌍 분석 결과

순위	Source	Target	Weight
1	유익하다	재밌다	3
2	귀엽다	예쁘다	3
3	많다	재밌다	2
4	근엄하다	엄격하다	2
5	귀엽다	섹시하다	2
6	신기하다	재미있다	1
7	따뜻하다	맛있다	1
8	쓸데없다	한가하다	1
9	궁금하다	재밌다	1
10	싫다	지겹다	1

2) 중심성 분석 결과

100개의 영상(video)에 대한 중심성 분석 결과 '신조어'와 '말', '영상'의 키워드를 중심으로 최근 유행하는 신조어의 별다줄 시리즈, 신조어 퀴즈(테스트), 신조어 능력 평가 등을 다루는 내용의 언어 네트워크가 생성되어 있다는 것을 알 수 있었다. 또한 100명의 초등학생을 대상으로 신조어 줄임말 사용 실태에 대한 설문 조사에 관한 내용도 등장한다. 초등학교 6학년이 가장 많이 알고 있는 신조어 순위는 '갑분싸(갑자기 분위기가 싸해지는 상황), ㅇㅈ(인정), ㅇㅇ(응), 안물안궁(안 물어보고

안 공금한데), 노답(No+답), 노잼(No+재미), 꿀잼(매우 재미있다), 개꿀(최고다), 레게노(legend를 레게노로 읽음), 에바(오버의 변형으로 약간 지나친 느낌)’ 등으로 나타났다. 이는 영어와 한글의 합성 형태와 축약 형태의 신조어들이 대부분이며 초성 형태의 신조어도 등장한다. 이뿐만 아니라 한글날을 맞이하여 맞춤법 퀴즈 등과 같이 한글을 지키려는 내용의 영상도 중심에 출현한다. 이 외에도 한국어와 영어의 줄임말과 신조어를 소개하는 영상이 등장하고 있으며 유튜브 채널의 구독과 관련된 내용도 언어 네트워크와 연계되어 있다. 영상에서 중심성 키워드와 연결 상태를 나타내면 다음 [그림 13]과 같다.



[그림 13] 영상(video)의 중심성 시각화

중심성 상위 키워드 중에는 ‘요즘’ ‘세대’에서 자주 사용하고 있는 외래어나 신조어 및 유행어에 관한 내용을 다룬 영상이 높은 관심을 나타내고

있음을 알 수 있다. 댓글의 경우 중심성 상위 키워드에서는 ‘때’와 ‘말’이 ‘썸, 반모, 뜻’의 단어들과 함께 높은 순위를 차지한다. 이는 ‘반모(반말 모드)’와 같이 때와 상황에 따른 줄임말이나 신조어의 의미를 설명하는 내용이 댓글에서 높은 관심을 나타내고 있다는 것을 짐작할 수 있다. ‘한글’에 대해서는 모든 발음을 유사하게 표현할 수 있는 한글을 창제한 세종대왕에게 감사하는 내용과, 이와는 반대로 지나친 줄임말이나 신조어가 한글을 파괴한다는 부정적인 내용의 댓글도 나타난다. 영상(video)의 제목과 게시된 문서의 중심성을 분석한 결과 나타난 주요 키워드와 댓글(comment)의 주요 키워드를 다음 <표 10>에 정리하였다.

<표 10> 영상과 댓글의 중심성 상위 키워드

순위	영상	중심도	댓글	중심도
1	신조어	0.150943	때	0.062051
2	말	0.09434	말	0.061398
3	영상	0.056604	사람	0.047681
4	학생	0.050314	영상	0.036577
5	교환	0.044025	신조어	0.02482
6	채널	0.044025	영어	0.017636
7	미국	0.037736	친구	0.015023
8	시리즈	0.037736	한국	0.013717
9	구독	0.031447	감사	0.01241
10	영어	0.031447	댓글	0.01241
11	규모	0.025157	미국	0.01241
12	퀴즈	0.025157	하루	0.01241
13	한글	0.025157	한글	0.01241
14	국어	0.018868	썸	0.011757
15	사용	0.018868	반모	0.011104
16	슬랭	0.018868	이름	0.011104
17	실태	0.018868	한국어	0.011104
18	요즘	0.018868	단어	0.010451
19	유행	0.018868	뜻	0.009798
20	능력	0.012579	반말	0.009798

영상의 게시글과 댓글의 주요 중심성 상위 핵심어들을 통해서 요즘 유행하고 있는 신조어 시리즈를 소개하거나 신조어 퀴즈에 관한 내용이 주로 다뤄지고 있다는 것과, 영어와 한글의 혼합 형태인 신조어와 사용 실태에도 주요 관심을 보이고 있음을 알 수 있다.

3) 토픽모델링 분석 결과

신조어에 대한 유튜브 100개의 영상에서 댓글 8,333개의 단어들을 수집하였다. 댓글에서는 어떤 주제에 관한 이야기들이 소통되고 있는지 알아보기 위하여 크게 5개의 주제에 대한 토픽모델링을 분석하였다. 그 결과 ‘Topic-5’가 댓글 수 6,484개로 78%의 비율을 나타내면서 시청자들로부터 가장 높은 관심을 나타내는 주제로 도출되었다. 다음 <표 11>은 ‘Topic 1~5’의 주제에 따라 주요 핵심어 7개를 추출하고 출현 빈도를 분석한 것이다. 주요 주제 분석 방법은 자동 토픽 분석 기능을 사용하여 주요 핵심어 7개를 중심으로 시각화하도록 설정한 후 결과를 도출하였다.

<표 11> 토픽별 주요 핵심어와 비율

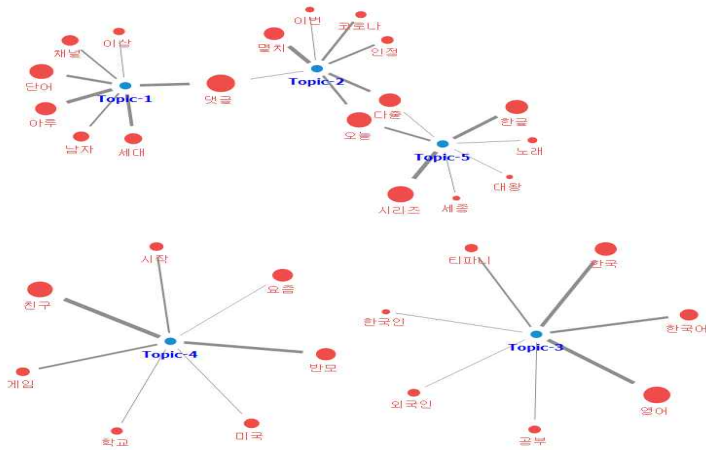
토픽	핵심어1	핵심어2	핵심어3	핵심어4	핵심어5	핵심어6	핵심어7	댓글 수	비율
1	댓글	단어	아루	세대	채널	남자	이상	454	5%
2	오늘	다줄	멀치	인정	코로나	이번	댓글	535	6%
3	영어	한국	한국어	외국인	공부	한국인	교환	381	5%
4	친구	요즘	반모	미국	게임	시작	학교	479	6%
5	시리즈	오늘	한글	다줄	노래	세종	대왕	6,484	78%

<표 11>에서 보듯이 ‘Topic-5’를 제외하고 ‘Topic1~4’까지는 비슷한 비율을 보였다. 댓글 수로는 ‘Topic-5, Topic-2, Topic-4, Topic-1’

의 순서로 나타났고, 가장 낮은 댓글 수는 ‘Topic-3’으로 381개의 댓글에서 다루어졌으며 전체 주제의 5%의 비율을 차지하였다. 댓글의 내용을 살펴보기 위해 원문 보기 ‘words in the original Text’ 기능을 활용하였다. 추출된 토픽별 주요 키워드를 통해서 그 내용을 살펴본 결과, 가장 낮은 비율을 나타낸 ‘Topic-3’에서는 외국인들이나 외국에 있는 한국인 교환 학생들을 대상으로 한국어의 신조어와 줄임말 등을 설명하는 주제를 다루고 있다. ‘한국어’와 이웃하고 있는 단어는 ‘사투리’, ‘친구’, ‘외국인’, ‘단어’ 등으로 나타났는데, 외국인들이 교육 기관을 통한 학습이 아닌 친구를 중심으로 사투리와 신조어에 관한 정보를 공유하고 있음을 알 수 있다. 또 영상을 통하여 자연스럽게 신조어 학습이 이루어진다는 것을 짐작할 수 있다.

‘Topic-1’에는 신조어 관련 채널을 소개하는 내용과 함께 신조어를 즐겨 사용하는 세대를 신세대로 표현하는 댓글의 내용을 살펴볼 수 있다. 댓글에서 ‘신조어는 어린 분들이 쓰는 단어가 아니라 새로 만들어진 단어이며, 어르신들이 많이 쓰는 은어라도 새로운 단어라면 신조어’라는 내용도 볼 수 있다. 이를 통해 젊은 세대뿐만 아니라 다양한 세대에서도 신조어에 관한 정보가 공유되고 있음을 알 수 있다. ‘Topic-4’의 댓글에서는 ‘요즘’, ‘친구’들 사이에서 유행하는 신조어나 게임의 줄임말 등에 관한 내용이 등장하였고, ‘신조어 사용은 한글 파괴이다’에 대한 생각을 나누는 영상도 등장한다. ‘Topic-2’는 최근 코로나 바이러스의 확산으로 이에 관한 키워드도 출현하고 있으나 낮은 빈도를 나타내었다. 예컨대 코로나 블루(corona+blue), 코로나케이션(corona+vacation), 홈트(home+training), 스테이케이션(stay+vacation) 등의 신조어를 찾아볼 수 있으나 생각만큼 코로나 관련 신조어에 소셜미디어 사용자들이 높은 관심을 보이지 않는 것으로 나타났다. 이는 코로나 사태를 희화화

(戲畫化)하는 것이 적합하지 않으며, 코로나-19 자체가 일상에서 회피하고 싶은 주제이기 때문이라고 풀이된다. 다음 [그림14]는 댓글 8,333개의 문서에 대한 토픽모델링 분석 결과를 시각화한 ‘Topic Map’이다.⁴⁾



(그림 14) 유튜브 ‘신조어’에 대한 Topic Map

그렇다면 소셜미디어 사용자들이 가장 관심을 갖는 주제는 무엇일까? 소셜미디어 사용자들의 댓글 분석 결과 가장 높은 관심도를 나타낸 ‘Topic-5’에서는 신조어에 대한 정보가 공유되면서 새로운 단어들이 생산되고 있음을 볼 수 있다. ‘시리즈’, ‘다줄’, ‘한글’ 등과 같은 주요 키워드가 추출되었는데, 이는 ‘별것을 다 줄인다’는 의미의 줄임말인 ‘별다줄’ 시리즈에 가장 높은 흥미를 나타내고 있다고 볼 수 있다. 본고에서 조사한 신조어와 그 의미를 설명하는 시리즈 단어는 약 100개 이상 찾을 수 있었다. 그러나 신조어 시리즈의 경우 문장이나 단어를 지나치게

4) <표 11>에서 제시한 ‘Topic 1~5’의 주제에 따라 주요 핵심어 7개를 시각화하여 제시한 것이다.

축약시킴으로써 그 의미를 이해할 수 없는 줄임말의 형태를 가지는 신조어들이 대부분이었다. 또한 ‘ㅇㅈㄹㄱ(어쩌라고), ㅇㅈ(인정), ㅇㅇ(응응), ㅇㅋ(오케이), ㅇㄱㄹㅇ(이거 레알), ㄸㅂㅂㄱ(반박불가), ASKY(안생겨요), TMI(너무 과한 정보) 등’과 같이 초성만을 사용한 단어들이 많이 출현하고 있음을 볼 수 있다. 외래어의 합성어 형태인 신조어도 자주 등장하고 있으며 외래어 표기이지만 비판적인 의미를 지니는 신조어들도 출현한다. 예를 들어 ‘라(나)때는 말이야~’를 ‘Latte is horse’로 표기하고 있으며 그 의미는 ‘꼰대들이 하는 말’이라는 부정적인 이미지를 지닌다. 또한 ‘SSAP ABLE’은 ‘쌈가능(완전 가능)’이라는 용어, ‘핑프’는 ‘핑거 프린스 및 프린세스’의 줄임말로 ‘검색하면 나올 만한 정보인데도 인터넷에 질문을 올리는 글 작성자를 비꼬는 말’, ‘오저치고’는 ‘오늘 저녁 치킨 고?’ 등과 같은 신조어들도 소셜미디어 공간에서 급속도로 퍼지고 있다는 것을 알 수 있다.

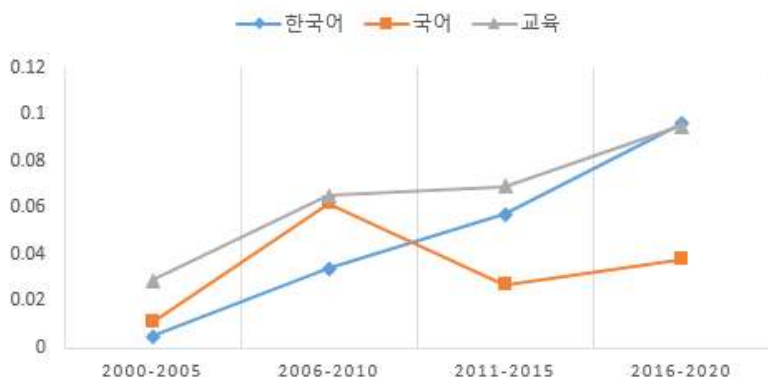
이러한 신조어 시리즈에 대해 소셜미디어 사용자들은 호기심과 함께 재미있다는 반응을 보이는 경우가 많다. 반면에 “어릴 때는 사자성어와 영어 때문에 스트레스였는데 지금은 새로운 사자성어 같은 신조어 때문에 스트레스다.”, “한글은 쉽지만 한국어는 어렵다.”, “요즘에는 줄임말 및 신조어를 너무 많이 써서 못 알아들을 때가 많다.” 등과 같이 이해하기 어려운 신조어에 대해 부정적인 반응들도 보였다.

IV. 논의 및 결론

신조어 관련 논문 수 추이 결과 2011년 이후로 연구의 양이 큰 폭으로 증가하면서 최근 상승세를 나타내었는데, 향후 신조어 관련 연구의

증가 추세가 지속될 것으로 판단된다. 이에 연구 결과를 중심으로 몇 가지 논의 사항에 관하여 개괄하고자 한다.

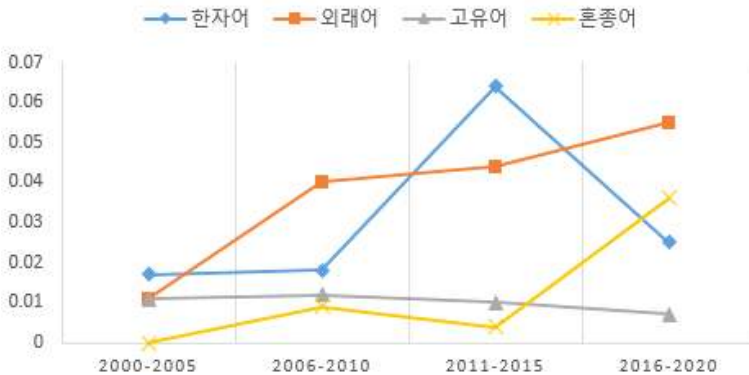
첫째, 신조어 관련 연구의 중심성 분석 결과 가장 상승세를 나타낸 핵심어는 ‘한국어’로 나타났으며 ‘교육’은 시기마다 높은 관심을 나타내었다. 2006년부터 2010년까지는 국어 교육이 높게 나타났으나 2016년부터 2020년까지는 한국어 교육이 핵심어로 높게 나타나면서 국어 교육 분야보다는 한국어 교육 분야에서 신조어 관련 연구가 최근 활발하게 진행되고 있다는 것을 알 수 있었다. 토픽모델링 분석 결과에서도 신조어 관련 연구의 주요 주제는 한국어 교육이 35%의 가장 높은 비중을 차지하였으며 다음으로는 신조어의 생성 및 유형에 관한 연구 21%, 통신 언어 관련 연구 18%로 나타났다.



(그림 15) 신조어 교육 분야의 시기별 중심성 변화 추이

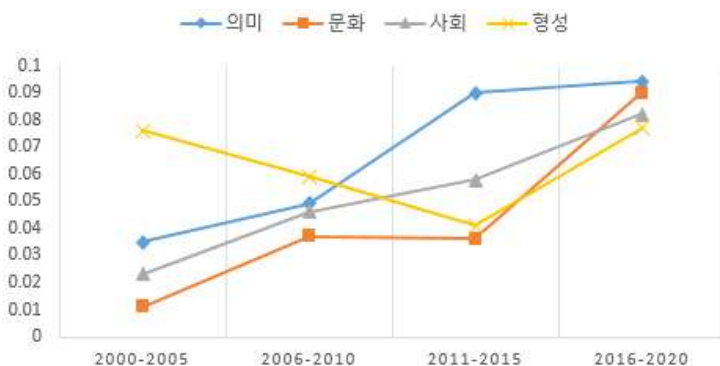
둘째, 신조어의 어종별 분석 결과 외래어가 가장 높은 중심성을 나타내었다. 신조어 종류의 시기별 변화 추이 결과 외래어는 2006년 이후부터 상승 비율이 큰 폭으로 오르면서 최근까지 꾸준히 높아지는 추세를

보였다. 2016년 이후부터 상승세를 보이는 혼잡어까지 포함한다면 외래어의 신조어 생산성은 신조어 유형 중 가장 높다고 할 수 있다. 반면에 한자어는 2011년부터 2015년까지 가장 높게 나타났으나 최근에는 감소하고 있으며, 고유어도 중심성에서 낮은 비율을 보였다. 신조어의 형성 방법은 차용에 관한 연구에 가장 관심이 높았으며 다음으로 합성, 축약·파생의 순서로 나타났다.



(그림 16) 신조어 종류의 시기별 중심성 변화 추이

셋째, 신조어 연구의 내용으로는 가장 높은 빈도로 출현한 ‘의미’에 관한 연구가 상위에 위치하면서 높은 중심성을 나타내었다. 최근 급격한 상승세를 나타낸 단어는 ‘문화’이며 ‘사회’와 함께 높은 중심성을 보였는데, 이로써 신조어 ‘형성’에 관한 연구와 함께 신조어를 통한 한국어 사회·문화 교육 연구도 최근 높은 관심을 받고 있음을 추정할 수 있다. 다음 [그림 17]을 통하여 신조어 교육 내용 핵심어의 시기별 중심성 변화 추이를 알 수 있다.



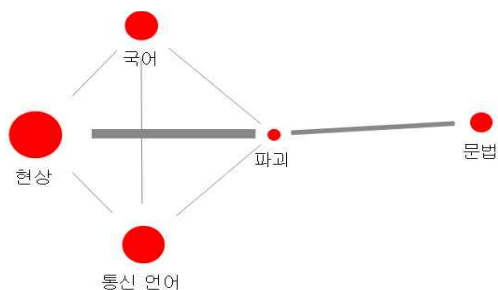
(그림 17) 신조어 교육 내용 핵심어의 시기별 중심성 변화 추이

넷째, 소셜미디어 관련 신조어 연구에 관한 추이를 살피기 위하여 시기별로 중심성을 분석한 결과, ‘인터넷’ 신조어에 관한 연구가 꾸준한 관심을 끌었으며, ‘통신’ 언어는 2010년까지 높은 관심을 받다가 2011년부터는 ‘소셜’과 ‘미디어’라는 단어가 출현하면서 기존의 ‘통신언어’와 대체되고 있고, 최근에는 소셜미디어와 신조어에 관한 주제가 연구자들에게 주로 논의되고 있음을 소셜미디어의 시기별 중심성 변화 추이를 통해 알 수 있다.



(그림 18) 소셜미디어의 시기별 중심성 변화 추이

넷글의 주제 중에서 가장 낮은 비율을 차지한 ‘Topic-3’의 경우 한국어를 학습하는 외국인들을 위한 한국어 교육에서 줄임말이나 신조어에 대한 의미를 가르치는 주제도 나타났는데, 이로써 소셜미디어 공간에서 외국인을 대상으로 한국어 교육에 관한 정보가 공유되고 있다는 것을 알 수 있었다. 신조어 관련 연구에서 한국어 교육에 관한 연구가 연구자들에게 가장 높은 관심을 나타내고 있다는 것은 앞서 밝혀졌으나, 소셜미디어 공간에서 다루어지고 있는 신조어에 관한 교육 연구는 미미한 것으로 나타났다. 신조어 관련 연구에서 ‘파괴’라는 단어와 에고 네트워크를 분석한 결과 ‘통신 언어’와 ‘국어’, ‘문법’, ‘파괴’, ‘현상’의 단어들과 높은 연관성을 나타내었다.



(그림 20) 신조어 연구에서 ‘파괴’의 에고 네트워크

지금까지 언어 네트워크 분석 방법과 소셜 빅데이터 분석 방법을 활용하여 신조어 관련 연구 동향을 분석하고, 소셜미디어 사용자들이 신조어에 관하여 어떤 생각과 감정, 정보들을 공유하고 있는지에 대하여 탐색하였다. 신조어는 해학성, 풍자성, 유희성을 지니며 상호작용의 다양성을 촉진시킴으로써 현대 사회와 문화를 보다 잘 이해할 수 있게 해준다.⁵⁾ 이에 사회의 언어문화 현상을 이해하기 위하여 사회언어학적인

분야에서도 신조어에 대한 연구가 심도 있게 다루어져야 하며, 아울러 국어 교육뿐만 아니라 한국어 교육에서도 신조어 교육을 통한 언어적 이해와 올바른 신조어 사용을 지도할 필요가 있다.

최근 문화체육관광부와 국립국어원은 ‘코로나 블루(corona+blue)’의 신조어에 대한 대체어로 ‘코로나 우울’을, ‘오픈 액세스’는 ‘개방형 정보 열람(서비스)’으로, ‘라이프 라인’은 ‘생활 기반망’ 등으로 대체어를 선정하였다. 어려운 외국어 신조어가 널리 퍼지기 전에 일반 국민들이 이해하기 쉬운 우리말 대체어를 제공하기 위해 지속적인 연구와 홍보가 이루어지고 있다. 소셜미디어 문화가 확산되면서 한국어 문화의 세계화를 위한 우리말 사용을 홍보하고 외국어 신조어를 이해하기 쉬운 언어로 대체하는 연구도 함께 논의돼야 할 시기라고 판단된다.

-
- 5) 일부 신조어는 이해하기 어려워 의사소통을 방해하거나 듣는 이가 언어적인 소외감을 느낄 수 있고 때론 혐오적인 표현들이나 언어 파괴 현상까지 나타나는 등 역기능적인 면도 있다. 이러한 표현들은 지양해야 할 것이다.

【참고문헌】

- 권은영, 「소셜 빅데이터 분석을 통해 알아본 대중의 ‘조기영어교육’에 관한 인식: 유튜브 브를 중심으로」, 『영어학』 제19집, 한국영어학회, 2019, pp.858-879.
- 金泰鍾, 「新語 外來語에 對하여 다시 한번 論함: 申瑛澈氏에게 答함」, 『한글』 제4집, 朝鮮語學會, 1936, pp.13-14.
- 남신혜, 「소셜미디어 해시태그로 본 ‘Learning Korean’-인스타그램 네트워크 분석을 중심으로-」, 『한국어 교육』 제31집, 국제한국어교육학회, 2020, pp.1-20.
- 문병학, 「청소년의 SNS사용습관이 신조어 인식에 미치는 영향에 관한 연구: 고등학교 남녀학생을 대상으로」, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2020.
- 민경훈, 이대균, 「만 5세 유아의 통신언어 사용에 있어서의 사회언어학적 의미-인터넷 신조어 ‘할’, ‘대박’을 중심으로」, 『열린유아교육연구』 제21집, 한국열린유아교육학회, 2016, pp.33-55.
- 서희정, 이종연, 「언어 네트워크 분석을 활용한 미래교육 동향 분석」, 『교육정보미디어연구』 제24집, 한국교육정보미디어학회, 2018, pp.649-678.
- 송길영, 『소셜 데이터 마이닝을 통한 인터 카테고리 브랜드 맵의 생성』, 고려대학교 대학원 박사학위논문, 2014.
- 신명선, 「토픽모델링과 언어 네트워크 분석을 활용한 ‘국어 문법 교육’ 연구 동향 분석」, 『문법교육』 제36집, 한국문법교육학회, 2019, pp.95-134.
- 신미경, 이옥인, 「보편적 학습설계 측면에서의 고등학교 국어과 교수 실태: 소셜 빅데이터 및 설문조사 분석」, 『한국산학기술학회논문지』 제21집, 한국산학기술학회, 2020, pp.326-337.
- 안명숙, 「신조어 ‘청소년 혐오’에 관한 소셜미디어 빅데이터 분석」, 『청소년시설환경』 제16집, 한국청소년시설환경학회, 2018, pp.167-176.
- 안수빈, 이강이, 이재림, 김은경, 「소셜 빅데이터를 활용한 양육스트레스의 의미 네트워크 분석」, 『한국가정관리학회지』 제38집, 가정과학의질학회, 2020, pp.61-77.
- 윤유동, 조재춘, 허운아, 임희석, 「소셜미디어 데이터 분석을 활용한 빅데이터에 대한 인식 변화 비교 분석」, 『정보처리학회논문지』 제6집, 한국정보처리학회, 2017, pp.371-378.
- 이수상, 『네트워크 분석 방법론』, 논형, 2012.
- _____, 「언어 네트워크 분석 방법을 활용한 학술논문의 내용분석」, 『정보관리학회지』

- 제31집, 한국정보관리학회, 2014, pp.49-68.
- _____, 「독후감 텍스트의 토픽모델링 적용에 관한 탐색적 연구」, 『한국도서관정보학회지』 제48집, 한국도서관정보학회, 2016, pp.1-18.
- 이안용, 박덕유, 「소셜 네트워크 분석을 통한 북한이탈주민의 한국어교육에 관한 인식 연구: 유튜브를 중심으로」, 『학습자중심교과교육연구』 제20집, 학습자중심교과교육학회, 2020, pp.681-706.
- 조보람, 박종호, 「청소년의 언어 사용 연구」, 『에듀테인먼트연구』 제2집, 한국에듀테인먼트학회, 2020, pp.17-30.
- 조순정, 이동현, 「국내 외국인 유학생의 소셜미디어 리터러시 유형 연구: 유튜브 영상물을 중심으로」, 『커뮤니케이션학연구』 제27집, 한국커뮤니케이션학회, 2019, pp.41-74.
- 최신인, 최은정, 「국어교육학: 신문기사의 신조어 재현 양상 연구」, 『새국어교육』 제102집, 한국국어교육학회, 2015, pp.215-243.
- 국립국어원 표준국어대사전 홈페이지, <https://stdict.korean.go.kr/>, 21.01.17.
- 국립국어원 홈페이지 보도자료, <http://www.korean.go.kr/>, 20.08.10.
- 사이람(주), 넷마이너 4.4. 프로그램.
- 학술연구정보서비스 홈페이지, <http://www.riss.kr/>, 21.01.17.

Abstract

A Study on Neologism Research Trends and Perception of Social Media Users On Neologism Through Big data Analysis

Kim, Su-jung · Lee, An-yong · Park, Deok-yu

The purpose of this study is to search for the neologism through analyzing research trends and the perception of social media users on neologisms with social big data analysis. The program NetMinor 4.4 was used for the analysis. In terms of methodology, first, 396 dissertations and academic essays on neologism were collected and analyzed. Second, 8,333 documents and comments from 100 Youtube videos, uploaded within the past year, were put through central analysis and topic modeling analysis.

The results are, first, researchers are most interested in the vocabulary “Korean language” And since 2011, studies on neologism were more popular in the field of Korean language education than Korean education. Second, in types of neologisms, loanwords are most often than Sino-Korean words, native words, and mixed words. And the neologism formation methods appeared in ‘borrowing’, ‘compound’, ‘abbreviation’, and ‘derivation.’ Third, ‘meaning’, ‘culture’, ‘society’, ‘formation’, have been rising in the context of studies words. Fourth, the words of ‘social’ and ‘media’ are started to discussed in studies. Fifth, ‘series’ has come up in the social media and positive words like ‘interesting’ and ‘young’ were most common. However, negative words like ‘internet’, ‘grammar’, ‘destruction’, ‘phenomenon’ created a network, and the word ‘Hangul’ was connected with negative word ‘destruction.’

Key Words : Semantic Network Analysis, Topic Modeling Analysis, Korean Language Education, Neologism Research Trends, Abbreviation, Social Media Analysis

주저자

김수정

소속: 인하대학교 국어문화원 부원장

전자우편: sjkim8776@naver.com

제2저자

이안용

소속: 인하대학교 국어교육과 박사 수료

전자우편: anongi77@naver.com

교신저자

박덕유

소속: 인하대학교 국어교육과 교수

전자우편: deokyu@inha.ac.kr

이 논문은 2021년 4월 29일 투고되어
2021년 6월 18일까지 심사 완료하여
2021년 6월 25일 게재 확정됨.