

보수 및 진보 정부 시기별 정부예산에 관한 사회적 인식과 언론의 프레임 비교 분석

이재무*

본 연구는 사회연결망서비스(SNS)를 중심으로 한 사회적 인식과 언론의 뉴스기사 속 프레임 사이의 차이 여부, 집권 정부의 지향 이념에 따른 양상의 차이가 있는지 확인하기 위해 수행되었다. 그에 보수적인 박근혜 정부, 진보적인 문재인 정부 각 시기를 대상으로 빅데이터 자료를 추출하여 텍스트 마이닝 분석을 실시하였다. 분석결과, 박근혜 정부 시기 SNS에서는 간접적 영역에 대한 관심, 부정감성어 선호 등의 특성이 파악되었고, 처우 개선과 효율성 지향에 긍정감성어, 부적절한 처리과정과 태도 비판, 거부감 표현에 부정감성어가 각각 사용되었다. 언론에서는 정치적 행위자와 예산 처리 과정에 집중, 부정감성어 선호 등의 특성이 파악되었고, 처우 개선과 합리성 지향에 긍정감성어, 부적절한 처리과정과 태도, 처리 결과에 대한 비판에 부정감성어가 각각 사용되었다. 반면, 문재인 정부 시기 SNS에서는 정부예산에 관한 민감한 반응, 간접적 영역에 대한 관심, 부정감성어 선호 등이 특징으로 확인되었고, 당위성 지향에 긍정감성어, 불법적 행위, 예산 처리 과정과 결과에 대한 비판에 부정감성어가 각각 활용되었다. 언론에서는 정치적 행위자와 예산 처리 과정에 집중, 긍정감성어 선호 등이 특징으로 확인되었고, 일부 관계자의 태도 평가, 효율성 지향에 긍정감성어, 불법적 행위, 일부 관계자의 태도 비판에 부정감성어가 활용되었다.

주제어: 사회적 인식, 언론 프레임, 정부예산

* 단국대학교에서 행정학 박사학위를 취득하고, 현재 단국대학교 행정학과 겸임교수로 있다.
주요 관심분야는 정책집행과 변동, 정책분석과 평가, 산업과 중소기업정책 등이다(E-mail: ljm-policy@hanmail.net).

I. 서론

현대 사회의 다원화 지향성이 강해짐에 따라 다양한 이해관계자들을 포괄할 수 있는 거버넌스(governance)의 유용성이 부각되었고, 타협과 합의를 근간으로 하는 거버넌스가 효과적인 정책 체제로 구동하기 위한 중요한 전제로서 사회적 인식(social awareness)도 함께 강조되고 있다(김찬우·정병기, 2017: 172). 사회적 인식이 여론에 투영되어 정책에 영향을 미치고, 다시 정책의 효과가 사회적 인식을 재구조화하는 불가분의 순환과정을 구성하고 있기 때문이다(홍희찬·나태준, 2021: 177). 시민의 정치와 정책 과정에 대한 참여가 일상화되고 있는 최근 들어 사회적 인식의 의미는 더욱 강조되고 있는데, 이러한 현상은 비약적으로 발전한 정보통신기술에 기인한 각종 사회 연결망서비스(social network service, 이하 SNS)의 성장과 확산이 배경에 있다. SNS는 다양한 서비스 형태로 운용되면서 사회적 신뢰를 축적할 수 있는 소통의 통로이자 사회적 자본을 형성, 유지하는 공간으로 기능하며(윤호영, 2015: 108; 오관석, 2017: 24), 온라인 공동체(online community)를 편성하여 사회적 인식을 대변하고 확산시키는 객관적 수단으로 인정되고 있다(Boyd & Ellison, 2007: 211). 아울러 SNS의 활성화는 사회의 개개인이 직접 의사소통을 할 수 있는 환경을 제공함으로써 중개 과정에서 있을 수 있는 정보의 왜곡 가능성을 억제하고, 시민들 스스로 주도적 의사소통이 전제되는 시민사회의 완성에 기여할 것으로 예측되고 있다. SNS의 사회적 역할이 대폭 확장됨에 따라 사회의 여러 부문으로 영향이 파생되고 있는데 기존에 사회적 의사소통의 주요 경로이자 사회적 인식을 조성하는데 큰 역할을 담당했던 언론 부문에 대한 영향은 그 어느 부문보다 지대하다. 언론은 사회가 존립할 수 있는 근거인 사회적 의사소통의 윤리성(morality)을 순수한 비판으로 수호하는 기능체이자 불의에 대항하고 약자에 대한 옹호와 배려를 함의하는 정체성을 본질로 갖는다(남궁협, 2018: 45-46). 따라서 근래의 사회적 소통 환경의 변화에 부응하고, 민주 시민사회의 완성이라는 관점에서 볼 때, 시민의 직접적 의견들의 집합 공간인 SNS가 사회적 소통과 인식의 본류가 되고, 언론은 전문성을 바탕으로 결여된 부분을 보완하는 구조가 가장 이상적이라고 할 수 있다.

문제는 전술한 바와 같은 실현 가능한 바람직한 전망이 확고하게 존재함에도, 집중되고 빠른 산업화 성장 과정을 거치면서 자본과 권력에 의해 원천적 기능이 변질된 것으로 간주되는(류충래, 1991: 35) 주류 언론의 변화에 대한 기대가 매우 비판적이라는 사실이다. 주류 언론들은 명예의 축적에 관한 사회 각 계의 지적과 본질적 회귀에 대한 요구를 무시하고(양승목, 2007: 83), 개선과 변혁 노력을 등한시한다고 비판 받는

다. 특히 변질된 만큼 축재된 부와 입지를 더욱 강화하고, 자신들의 이기적인 영향력을 유지하기 위해 잘못된 저널리즘의 전형을 고수하는 태도에 대한 부정적 시각이 강한데, 언론의 프레임(framing)과 그를 통한 프레임(frame) 구축이 대표적이다. 프레임은 어떠한 사실이나 현상을 본래 의미와 무관하게 독자적 속성을 부여하거나 해석을 가하여 특정 부분만 부각시키는 행위이다(Rein & Schön, 1993: 270). 언론은 태생적으로 사회 각 부분의 구성원과 다양한 이해관계자들에 대한 접근성이 높아 동조를 획득하기 용이하여 자신들의 프레임에 대한 관심 집중도를 쉽게 높일 수 있다(이재무·박용성, 2018: 52). 주류 언론들에 대하여 부정적으로 보는 이들은 주류 언론들이 이러한 특성을 악용하여 자신들이 의도한 방향으로 가치지향적 담론의 형성을 유도하고, 실체와 상관없이 자신들의 편이나 선호를 극대화한 프레임을 만들었다고 주장한다. 또한 그렇게 만들어진 프레임과 자신들의 파급력을 통해 가공된 작위적 설정을 본질로 둔갑시켜 사익을 추구하고 획득해왔기 때문에(국회입법조사처, 2017: 15-17) 주류 언론의 편향성과 사익 지향적인 태도를 반드시 변혁해야 한다고 역설한다.

그러나 이러한 주장에 대한 반론도 존재한다. 주류 언론의 병폐가 있었던 것은 사실이지만 그것은 소수의 언론이 기능적으로 사회 내 의사소통을 독점하던 과거에 주로 있었던 일이고, 현재는 사회적 여건 상 그러한 병폐가 존속하기 어렵다는 주장이다. 요컨대 각종 테크놀로지의 급성장과 확산, 국민의 교육 및 경제 수준 향상, 세계화 등으로 더 이상 의사소통과 정보의 획득을 언론에 의존할 필요가 없어졌으며, 언론 산업의 개방과 세분화로 언론사의 양적 증대가 이루어져 희소적 가치마저 사라졌다. 그에 따라 국민들은 언론에 대한 객관적 시선을 유지할 수 있게 되었고 국가의 주인으로서 편향이나 오류에 매우 엄격해졌다는 것이다. 그리고 다양한 유형의 인터넷 언론매체들이 다수 등장하여 다채로운 시각과 주장을 개진하면서 사회적 의사소통과 인식 구조의 개선을 시도하고 있으므로 언론들이 프레임을 통해 폐해를 생산하던 구태를 견지하기 어려워졌다는 점도 간과할 수 없는 반박의 근거이다.

이러한 언론과 관련된 대립된 주장에서 착안하여 본 연구는 SNS를 통해 확인할 수 있는 통상의 사회적 인식과 언론의 프레임의 상이성 여부를 측정하고자 기획되었다. 분석은 정치 이념에 따른 대립이 심한 우리나라 정치 및 정책적 환경 상황을 고려하여 가장 최근의 보수와 진보 정부로 나누어 '정부예산'을 대상으로 데이터마이닝(data mining) 과정을 통해 자료를 수집하여 실시하였다. 한국 사회에서 언론의 프레임 구축을 통해 전향이나 왜곡이 가장 빈번하게 표출되는 분야가 공공 부문이며(이영주·박가인·임명옥, 2015: 276), 자본주의 이념으로 구동되는 국가체제를 감안하면 예산이 공익적 활동의 근본 수단으로서 지대한 의미를 갖는다고 판단했기 때문이다. 본 연구

의 분석결과는 SNS에서 확인되는 보편적인 사회적 인식과 비교함으로써 언론의 프레임 존재 여부를 판단할 수 있고, 존재한다면 구조화된 편향성을 제거해야 하는 당위성의 근거로 작용할 수 있다. 또한 언론이 부여된 사명에 대해 다시금 자각하고 자신들의 본연의 모습을 찾을 수 있는 자극을 제공하며, SNS를 바탕으로 새로운 시대에 사회적 신뢰와 자본 생산과 확산을 위한 활동을 모색하는 기초적 정보로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경 및 연구방법

1. 사회적 인식의 의미

사회적 인식에 대하여 Dourish & Bellotti(1992)은 사회를 구성하는 개개인이 다른 사람들의 행동을 이해하는 원천이자 어떻게 행동할 것인지를 결정하게 만드는 요인으로 규정하였다. 사회를 구성하는 개인과 조직들이 정치와 문화, 종교, 교육 등 다양한 측면에서 제각기 다른 맥락에서 당면한 문제를 판별함으로써 형성되지만(Pérez, 2013: 184), 반드시 일방적이고 주관적으로만 성립되는 것은 아니며 행위와 반응이라는 상호작용을 통해 구성되는 것이 일반적이다(Sheldon, 1996: 621). 통상 사회 속에서 이루어지는 학습을 통해 수용되며(Ng, 2010: 60), 특정 현상이나 의도를 사회가 긍정적으로 인식하는 경우 행동이나 태도로 전환되어 성과로 이어질 수 있으며, 반대로 부정적으로 인식하는 경우 반발과 실패를 야기할 가능성이 높아진다(배지은·김수진·이필수, 2017: 44). 정리하자면, 사회적 인식은 사회구성원 각자가 직면하는 상황과 사회적 자극을 받아들여서 평가함으로써 구조화되는 자신과 타인에 대한 이해의 정도이자 행동 방향의 지침이다. 이러한 사회적 인식에 관한 공론장으로써의 기능을 오랫동안 수행해온 것은 공적 담화(public discourse)의 생성을 담당한 언론(김보미·박주원, 2019: 89)이었다. 그러나 최근 언론을 대체할 수 있는 많은 사회적 소통 수단들이 개발되고 일반화되면서 언론의 역할이 축소되고 있다. 사회적 인식을 조사하는 방법과 관련해서는 여러 방법론의 유용성이 거론되지만 빅데이터 분석이 가장 실효성이 높은 것으로 받아들여진다. 막대한 양의 자료를 대상으로 분석을 실시함으로써 한정된 범위에서 이루어지는 조사의 한계를 타파하고, 사회 인식과 관점 전반을 포괄적으로 확인할 수 있기 때문이다(최현주·최연철, 2016: 603), 또한 빅데이터를 심층적으로 분석하면 다양한 사고와 의견들뿐 아니라 내재되어 숨어 있는 감성과 정서까지 맥락적

으로 파악할 수 있어 현상의 실체에 더욱 가깝게 다가갈 수 있도록 도와준다(조현주·류형선, 2020: 196).

사회적 인식을 파악하고, 그를 근거로 다양한 시사점을 논의한 선행연구들은 다수 존재한다. 정현영·전영직(2007)은 사회적으로 호텔 종사원에 대해 인식하는 수준이 호텔 종사원들의 직업의식이나 직무만족에 영향을 미치는지 설문조사를 통해 검증하였다. 가설의 검증을 통해 긍정적인 사회적 인식이 호텔 종사자들에게 긍정적 영향력을 행사함을 확인하였다. 김찬우·정병기(2017)는 연구 주제에 부합하는 주요 개념이 포함된 온라인 뉴스 기사들을 수집하고, 그 기사들을 대상으로 세부 키워드를 네트워크 분석함으로써 표준화 거버넌스를 위한 사회적 인식을 검토하고 상태를 분석하였다. 분석을 통해 거버넌스의 표준화 활동의 주축은 정부이지만 규제 영역에서는 정치권의 역할이 크다는 사실을 규명하였고, 표준화가 규제를 수단으로 조정과 혁신의 대상이라고 규정하였다. 또한 이해관계자들의 참여를 통한 거버넌스의 표준화는 미흡한 상태이며 민간 부분 이해관계자들의 참여를 통해 민주적 거버넌스의 실현이 필요하다고 주장하였다. 이현진·이승우(2018)는 사회적기업을 육성하는 정책이 일자리 문제 해결과 어떠한 연관성을 갖는지 파악하기 위해 빅데이터 데이터베이스인 네이더 트렌드를 활용하여 구직과 취업 등 7개 키워드를 통해 분석을 실시하였다. 분석결과, 사회적기업 자체가 일자리 문제에 대한 관심을 촉구하는지는 불분명하지만 사회적기업에 대한 관심은 일자리 문제 해결과 유의한 수준에서 긍정적인 상관관계가 있었으며, 사회적기업의 육성이 사회문제 해결에 유용하다는 주장을 피력하였다. 또한 성별과 연령에 따른 관계에 대한 인식의 강도가 차이가 있음을 파악함으로써 차별화된 마케팅을 위한 정보를 제공하였다. 홍힉찬·나태준(2021)은 국방 정책의 대상 집단이 가진 사회적 인식 변화를 측정하고, 변화를 촉진한 요인을 탐색하여 정책대상 집단의 바람직한 행동 방안을 제시하고자 뉴스 기사 내용을 대상으로 감성 점수를 분석하였다. 분석을 통해 국방 정책의 성과가 높지 않은 사실에 기인하여 사회적 인식이 부정적 방향으로 변화하고 있음을 확인하였고, 변화의 요인은 제도 정비 부족, 비리, 인명사고, 성범죄, 군사적 위협에 대한 대응 실패 등으로 규명하였다. 이러한 장·단기적 영향요인의 개선과 대응을 통해 사회적 요구에 맞는 정책이 추진되어야 함을 역설하였다. 이들 선행연구들에 대한 검토를 통해 과거의 사회적 인식에 대한 조사가 설문조사 방식으로 제한된 범위에서만 이루어진 것에 비해 최근의 연구들은 빅데이터 분석을 통해 보다 광범위한 조사를 실시하고 그 안에서 보다 복합적 의미를 발굴하려는 시도들이 이루어졌음을 알 수 있다.

2. 언론의 프레임 및 프레임िंग의 이해

Goffman(1974)의 연구 ‘프레임 분석(frame analysis)’를 계기로 본격적으로 이루어지기 시작한 프레임과 프레임िंग에 관한 연구는 초기에 주로 민간 부문의 기업이나 단체들이 자체적으로 설정한 소비자 행동의 실용적 탐색 기준을 반영함으로써 자신들의 제품과 서비스를 광고 및 홍보하는 마케팅 전략으로 활용되었다(Ganzach & Karashi, 1995: 11). 민간 부문보다 늦게 활용되기 시작한 공공 부문의 프레임िंग은 권력 관계와 감정 대립이 강하게 동반된다는(Rydin, 2003: 3-4) 측면에서 사익을 추구하는 민간 부문의 의도성과는 결을 달리하며, 규범적 질서의 합리화, 사회구성원들의 상호주관성(inter-subjectivity) 확보(Payne, 2001: 39) 등을 위해 다루어졌다. 언론은 사익을 추구하는 조직체이지만 속성과 공공 영역에 깊이 관여되어 공익적 의무를 갖는다는 측면에서 민간과 공공의 양면성을 모두 내포한다. Entman(1993)의 정의에 따르면, 언론의 프레임िंग은 보도 과정에서 특정 부분을 선택 혹은 강조하는 행위이며, Scheufele(1999)은 사회구성주의적 시각에서 볼 때, 실제로는 존재하지 않는 객관적 현실을 언론이 프레임िंग을 통해 프레임을 구축하여 보도함으로써 현실처럼 표출된다고 주장하였다. 언론이 공공담론을 반영하여 해석적 틀로 조성한 프레임은 사안별로 특정한 관점을 형성하고 가치와 해석을 함의한 채 다양한 세력들 사이에서 지지를 얻고자 경쟁하게 된다(Gamson & Modigliani, 1989: 2-7). 지극히 당연하게도 다양한 세력들 중에서 가장 강한 권력을 가지고 있는 집권 정부의 지지와도 결부될 수밖에 없다. 이 과정에서 언론은 자율성에 근간하여 권력에 대처하는 입장으로 본연의 역할을 충실히 이행하는 전문화 전략 혹은 권력을 대변하는 정보의 공급원으로 입장을 취하는 방어적 전략(이상률·이준웅, 2014: 385) 중 프레임 전략을 택일하게 된다. 어떠한 전략이던 언론의 프레임 전략의 영향력이 유지되는 이유는 프레임िंग이 사회문제를 정의하고 원인을 진단하는 일련의 행위를 체계적으로 구비하고 있으며, 도덕적 판단 근거와 해결 방법을 명확히 제시하는 것처럼 보이기 때문이다(박은혜·김영욱, 2007: 79). 따라서 언론의 프레임에 대한 대중의 명확한 해석은 실제적 현실에 접근하기 위한 합리적 과정으로 볼 수 있다. 다만 주의할 점은 언론의 프레임िंग과 프레임 자체를 비난할 수는 없다는 것이다. 단일한 언론만 존재하는 것이 아니라 다양한 언론이 존재하고, 생존을 위해 경쟁이 동반되기 때문에 언론은 고유의 영역을 확보하기 위해서라도 독특한 프레임 전략은 필수적일 수밖에 없다. 그러므로 절차적 정당성이 전제된 프레임 경쟁과 지배까지 문제 삼을 수는 없으며, 사회적 인식과 지나치게 동떨어진 프레임으로 철저하게 자신들의 사익만을 추구하는 행태가 지적의 대상이 된다.

언론의 프레임 전략에 활용되는 프레임의 유형들은 다양하게 규정되었는데, Levin, Schneider & Gaeth(1998)이 긍정 프레임(positive framing)과 부정 프레임(negative framing)으로 구분한 메시지 프레임(message framing)이 가장 널리 활용된다. 두 유형이 이익과 손실이라는 누구나 쉽게 체감할 수 있는 판단 근거로 규정되고 대상에 구애받지 않고 사용할 수 있어 분석을 위한 기준으로의 활용이 용이하기 때문이다. 긍정 프레임은 프레임의 대상들이 긍정성을 그대로 수용하는 순수 정서전이성향(pure affect transfer)이 강하다고 판단될 때 특정 활동의 영위나 사안의 선택이 가져올 긍정적 이익과 혜택을 부각시키며, 부정 프레임은 부정적 단서에 집중하여 비용에 예민한 부정편향성(denial bias)을 가진 대상들에게 특정한 활동을 영위하지 않거나 선택하지 않음으로써 야기될 부정적 피해와 손해를 강조한다(송인학·박세영, 2009: 132). Levin & Gaeth(1988), Schoorman, Mayer, Douglas, & Hetrick(1994) 등 긍정 프레임의 유용성을 주장하는 측과 Meyerowitz & Chaiken(1987), Block & Keller(1995) 등 부정 프레임의 유용성을 주장하는 측이 비등하게 양립하고 있어 효용성의 우열은 가릴 수 없다. 기타 다른 유형의 프레임은 유의한 의미의 발굴이 기대되는 영역이 한정되며, 프레임의 속성을 판단함에 있어 주관적 임의성이 작용할 여지가 많아 거시적 관점에서의 사회적 인식을 보편적으로 탐색하는 분석에 적용하기에는 한계가 있다(이재무·박용성, 2018: 56-57).

언론의 프레임과 프레임에 관한 연구는 꾸준히 이루어졌다. 김성준·이창현(2002)의 연구는 언론의 프레임의 다른 초창기 국내 연구로써 북한과 관련된 TV뉴스를 언론은 어떠한 프레임으로 구조화하는지 파악하고 뉴스의 수용자들의 인식에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 분석은 한국언론진흥재단 종합뉴스 데이터베이스 KINDS(www.kinds.or.kr)을 통해 자료를 수집해 실험 및 통계집단을 설정한 후 실시하였다. 이러한 과정을 통해 언론의 뉴스 프레임은 뉴스 수용자들의 북한과 통일 인식에 변화를 일으키는 중요한 작용력임을 규명하였다. 임순미(2010)는 현대 사회의 전 영역에서 발생하고 있는 대중의 집합적 행동을 의미하는 집단지성 현상을 언론은 어떠한 프레임으로 대응하는지 고찰하였다. 가치 성향을 확인하기 위해 자료수집에 KINDS와 조선닷컴을 이용하였으며, 보수와 진보 성향의 언론사 네 곳을 중심으로 분석을 실시하였다. 분석결과, 보수 성향 언론들은 집단지성에 대해 부정 프레임, 진보 성향 언론들은 긍정 프레임을 나타냈으며, 다루고자 의도한 핵심 가치이나 언어적 설득 전략 측면에서 상이함을 확인하였다. 손승혜·이귀옥·이수연(2014)은 의료복지정책의 변화와 그에 관한 언론 프레임의 국내 5대 일간지 기사를 검토하여 분석하였다. 해당 언론사와 KINDS를 통해 자료를 수집하여 분석을 실시하였고, 그 결과, 진

보 성향의 일간지가 의료복지정책에 대해 더 자주 다루었고, 보수 성향 일간지는 경제적 관점에서 문제를 다루고 있음을 확인하였다. 특히 보수 성향의 일간지는 예산 낭비를 부각시키는 프레임링을 빈번하게 활용하여 갈등 상황을 부각한 것으로 파악하였다. 이들 선행연구들에 대한 검토를 통해 사회적 인식에 관한 유의한 정보를 획득하기 위해서는 단순한 설문조사에 의한 의견 수집이나 다른 요인들과의 영향관계를 규명하는 통계기법만으로는 한계가 존재하며, SNS와 같이 사회구성원들이 직접적으로 의견을 표출하는 공간의 빅데이터가 유용함을 확인하였다. 또한 빅데이터 분석은 1년이라는 종단적 범위에 대한 분석만으로는 환경적 요인의 영향에 따른 변화 양상을 반영하기 어렵다는 정보도 얻을 수 있었다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구가 사회적 인식과 언론의 프레임 분석하기 위해 선택한 방법은 데이터마이닝(data mining)의 일종인 텍스트 마이닝(text mining)이다. 텍스트 마이닝은 비정량적·비정형적 분석방법으로써 구조화되지 않은 문장에서 유의미한 정보를 추출해내는 방식이며, 이미 언론의 프레임과 프레임링 관련 연구 다수가 유용성을 확인하였다(유한별·나태준, 2021: 91). 자료 수집에 있어, SNS에서 개진된 다양한 의견들에 대한 수집은 'Naver Blog', 'Instagram', 'Twitter' 등의 각종 소셜네트워크 빅데이터를 전문적으로 분석하고 제공하는 'SOMETREND(some.co.kr)'를 활용하였고, 언론의 프레임 분석을 위한 자료의 수집은 한국언론진흥재단의 빅데이터 데이터베이스 'BIGKINDS(www.bigkinds.or.kr)'를 활용하였다. 전술한 바와 같이 본 연구가 사회적 인식과 언론의 프레임 간 비교를 위해 선택한 키워드는 '정부예산'이다. 그렇지만 정부예산의 경우, 편성과 심의, 의결 과정을 거쳐 이루어진다는 사실을 반영하기 위해 텍스트 마이닝을 위한 검색키워드는 '예산편성', '예산심의', '예산의결' 세 가지로 선정하였다. 자료수집의 시간적 범위는 뉴스 기사와 SNS 의견들이 해당 시기의 집권 정부가 지향하는 정치적 이념에 대한 찬반을 통해 구분될 수 있고, 새롭게 수립된 정부의 1기는 이전 정부가 과년도에 책정한 예산을 사용한다는 사실을 반영하여 책정하였다. 그에 따라 가장 최근의 수립된 진보 성향의 문재인 정부 2년차 2018년 1월 1일부터 12월 31일까지, 마찬가지로 가장 최근의 수립된 보수 성향의 박근혜 정부 2년차 2014년 1월 1일부터 12월 31일까지를 자료를 수집하는 시간적 범주로 설정하였다. 분석을 위해 수집된 사회적 인식으로 같음할 수 있는 SNS에서 나타난 의견들은 'SOMETREND'에서 유상으로 제공하는 프로그램을 활용하여 유의한 단어를 정리하고

비중을 확인하였으며, 검색키워드를 통해 수집된 뉴스 기사들은 무료 형태소 분석프로그램인 'KLT2010'을 사용하여 각 연도의 관련 키워드들을 추출하고 그들의 비중을 확인하였다. 또한 자료들의 명시성 확보하기 위한 시각화는 'WordItOut (worditout.com)'가 제공하는 핵심단어시각화 프로그램을 사용하였다. 이와 같은 과정을 통해 추려진 연관감성어를 기준으로 사회적 인식과 언론의 프레임 간 비교 분석을 실시해 유의한 시사점을 파악하고, 대상에 구애받지 않고 적용이 용이한 메시지 프레임링 여부를 고찰하였다. 함께 지향하는 정치 이념이 다른 집권 정부에 대한 사회적 인식과 언론의 프레임이 차이가 있는지도 살펴보았다.

Ⅲ. 연구결과

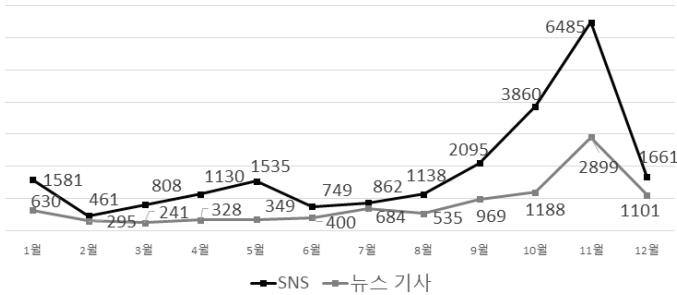
1. 박근혜 정부 시기 정부예산에 대한 사회적 인식 및 언론의 프레임 분석

첫째, 박근혜 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 '예산편성', '예산심의', '예산의결' 각각의 키워드로 산정된 '정부예산'의 언급량 총합을 비교한 결과는 <그림 1>의 내용과 같다.

그림의 내용을 보면, SNS와 언론 모두 정부예산과 관련하여 언급되는 양상이 상반기 기보다 하반기에 집중되어 있음을 알 수 있다. 이러한 현상은 예산과정을 감안하면 충분히 이해된다. 즉, 예산요구서의 작성과 제출이 끝나는 6월말부터 가시적인 정부예산과정이 시작되면서 제반 관심이 높아짐에 따라 언급량이 늘어나고, 예산심의회가 완료되어 예산이 결정되는 11월에 최대 언급량을 보이기 때문이다. 당연히 12월 모든 예산이 결정되고, 모든 예산과 관련된 절차가 종료됨에 따라 언급량이 감소한 것이며, 상반기 중 1월의 언급량이 상대적으로 많은 것은 새해가 시작되면서 새롭게 적용되는 정책과 예산 집행에 대한 기대감 혹은 실망감 등 관심이 증가한 결과로 추정할 수 있다. 이와 같은 양상은 예산의 편성과 심의, 의결의 순차적 흐름과 비견했을 때 자연스러운 형태로 볼 수 있다. SNS를 통해 언급되는 양이 언론의 뉴스 기사에서 언급되는 양보다 많고, 언론의 키워드 언급량 총합의 월별 추세가 약간의 차이가 있지만 전체적으로는 비슷한 양태를 보인다고 할 수 있다. 따라서 SNS와 언론 모두 정부예산에 대해 거의 동일한 수준의 관심을 나타냈다고 규정할 수 있다.

둘째, 박근혜 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 '예산편성', '예

〈그림 1〉 박근혜 정부 시기 정부예산 키워드의 언급량 총합 비교



산심의', '예산의결' 각각의 키워드로 검색 시 함께 검색된 관련 키워드들은 <표 1> 내용의 순서와 같다.

상위 20개 키워드를 정리한 내용을 보면, SNS에서는 '누리과정'이 가장 많은 관련 키워드로 확인되었고, '사업', '무상급식', '국회', '지방자치관련' 등의 순으로 확인된다. 반면에 언론에서는 '국회'가 가장 많은 관련 키워드로 확인되었고, '사업', '지원', '재정', '새누리당' 등의 순으로 확인된다. 가장 두드러지는 점은 SNS와 언론 모두 2014년 박근혜 정부 2년차에 가장 사회적 이슈가 되었던 정책인 누리과정 보육지원 사업과 무상급식과 관련되어 있는 키워드들이 상위에 포진되어 있다는 점이다. 또한 정부예산의 주무 역할을 담당하는 '국회'가 다수 확인되며, 정부예산의 주 관심사가 '복지'와 '교육' 분야 정책인 것도 상위에 존재하는 키워드를 통해 알 수 있다. 대부분 정부예산과 관련된 활동을 영위하거나 예산에 내재되는 속성의 키워드들이지만 '특정 업무경비'는 대통령 경호실이 위법적으로 지급한 특정업무경비 문제와 헌법재판소 전직 재판관의 특정업무경비 횡령과 관련된 사건이 불거지면서 정부예산을 불법 낭비했다는 의견들이 다수 개진되면서 나타난 단발성 키워드이다. 상위 관련 키워드 내용에서 주목할 만한 특징은 SNS에서 정부예산과 함께 거론된 키워드들 중에 '공약'이 등장하고, 언론의 뉴스 기사들에는 '새누리당', '민주당', '기획재정부' 등 여야 정치 세력과 전담 부처에 대한 언급이 많다는 점이다. 즉, 정부예산과 관련된 사회적 인식과 언론의 프레임 간 약간의 차이를 확인할 수 있는데, 정부예산에 관하여 SNS를 중심으로 한 사회적 인식은 대통령의 약속 이행에 초점을 맞추고 있으나, 언론은 정부예산 과정을 정치적 역학 과정 프레임으로 구조화하려는 의도가 확인된다는 뜻이다.

셋째, 박근혜 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 '예산편성', '예산심의', '예산의결' 각각의 키워드로 검색 시 함께 검색된 연관감성어의 월별 추세는

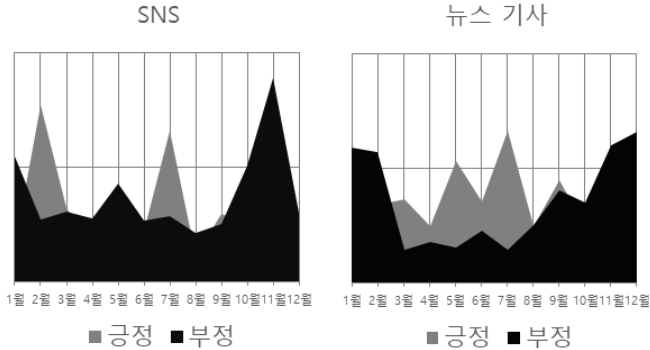
〈표 1〉 박근혜 정부 시기 정부예산 키워드와 함께 검색된 관련 키워드 비교
(단위: 회)

	SNS		뉴스 기사	
	관련 키워드	빈도	관련 키워드	빈도
1	누리과정	4101	국회	3749
2	사업	3758	사업	3578
3	무상급식	3298	지원	2890
4	국회	2483	재정	2592
5	지방자치관련	2351	새누리당	2021
6	지원	1866	누리과정	1903
7	보육	1637	기획재정부	1323
8	특정업무경비	1564	민주당	1302
9	복지	1252	교육청	1204
10	교육청	1233	지방자치관련	1092
11	성남시	1215	계획	1067
12	재정	1116	무상급식	840
13	공약	948	정책	831
14	교육	891	경제	789
15	업무	785	운영	672
16	총리실	784	경기	467
17	계획	748	위원회	406
18	운영	740	교육	371
19	어린이집	670	복지	352
20	세금	660	어린이집	282

〈그림 2〉의 내용과 같다.

내용을 보면, SNS 의견들에서는 연중 내내 부정감성어의 사용이 두드러지고, SNS 의견들보다 덜하지만 뉴스 기사들에서도 부정감성어의 사용이 더 자주 확인된다. 또한 SNS 의견들과 뉴스 기사들 모두 부정감성어의 사용은 편차가 상대적으로 적은 편이지만 긍정감성어의 사용은 편차가 심하게 나타난다. 특히 정부예산 과정이 시작되는 1월, 그리고 끝날 즈음인 11월, 12월에 높은 부정감성어 사용빈도가 나타난다. 즉, 정부예산과 관련하여 SNS 의견들과 뉴스 기사들이 전반적으로 부정적 관점을 유지하는 긍정적 상황이나 요인이 보일 때 일시적으로 긍정적으로 평가하는 태도를 보였다고 판단할 수 있다. 덧붙여, 본 연구는 연관감성어 분석을 통해 증립감성어를 함께 도출하

〈그림 2〉 박근혜 정부 시기 정부예산 키워드와 함께 검색된
연관감성어 월별 추세 비교



였고, 실제 뉴스 기사들에서 중립감성어의 사용 비율이 높게 확인되고 있다. 그러나 중립감성어는 ‘필요하다’, ‘다양하다’ 등과 같이 긍정감성어 혹은 부정감성어 모두와 결합되어 완전히 상반된 의미로 변환될 수 있고, 그로 인해 중립감성어의 높은 비중이 중립성을 보장하는 것이 아니기 때문에 의미를 탐색하기 어려워 분석에서는 제외하였다.

넷째, 박근혜 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 ‘예산편성’, ‘예산심의’, ‘예산의결’ 각각의 키워드로 검색 시 함께 검색된 연관감성어의 상위 연관감성어와 속성별 구성비는 <표 2>의 내용과 같다.

내용을 보면, 우선 연관감성어의 구성비 산출 결과를 통해 앞서 월별 추세에서 확인한 SNS 의견들과 뉴스 기사들에서 모두 부정감성어의 사용 비중이 긍정감성어보다 훨씬 크다는 사실이 확인된다. 그리고 사용된 상위 연관감성어들을 세부적으로 살펴보면, SNS 의견들과 뉴스 기사들에서 공통적으로 확인되는 연관감성어의 경우, ‘안전’, ‘최선’, ‘적극적’, ‘처우개선’, ‘귀중하다’, ‘노력하다’ 등의 긍정감성어는 국민의 안전이나 처우개선을 우선하는 정부예산에 대한 평가, 적극적으로 노력하는 태도에 대한 평가에 활용되었으며, ‘거부하다’, ‘갈등’, ‘논란’, ‘일방적’, ‘가증스럽다’ 등의 부정감성어는 예산처리 과정에서 감지된 갈등, 논란, 일방적 태도 등에 대한 평가에 활용된 것으로 판단된다. 또한 각기 별도로 확인되는 연관감성어의 경우, SNS 의견들 내 ‘좋다’, ‘효율적’, ‘가능하다’, ‘성공하다’ 등의 긍정감성어는 예산 자체와 처리 과정에 대한 평가, 효율성 증시에 대한 평가에 활용되었으며, ‘세금폭탄’, ‘황당하다’, ‘죄송하다’, ‘어렵다’, ‘부족하다’ 등의 부정감성어는 세금 증가에 대한 거부감 표현, 예산 처리 결과

에 대한 평가에 활용되었고, 주로 감정을 직시하는 단어의 사용 경향이 나타났다. 반면, 뉴스 기사들 내 ‘강화하다’, ‘합리적’, ‘해결하다’, ‘희망’ 등의 긍정감성어는 예산 자체와 처리 과정에 대한 평가, 합리성 증시에 대한 평가에 활용되었으며, ‘우려’, ‘삭감하다’, ‘비판하다’, ‘욕’, ‘지역갈등’ 등의 부정감성어는 예산 처리 결과에 대한 평가, 처리 결과에 부가되는 요인에 대한 고려에 활용되었고, 감정을 직시하는 단어의 사용

〈표 2〉 박근혜 정부 시기 정부예산 키워드와 함께 검색된 연관감성어의 상위 연관감성어 비교 및 속성별 구성비

(단위: 회)

	SNS			뉴스 기사		
	긍정감성어 (빈도)	부정감성어 (빈도)	중립	긍정감성어 (빈도)	부정감성어 (빈도)	중립
1	안전 (621)	거부하다 (612)		안전 (787)	논란 (506)	
2	최선 (589)	세금폭탄 (258)		강화하다 (197)	갈등 (467)	
3	적극적 (181)	황당하다 (225)		적극적 (148)	거부하다 (273)	
4	처우개선 (181)	갈등 (217)		처우개선 (129)	우려 (173)	
5	귀중하다 (140)	논란 (214)		최선 (75)	삭감하다 (156)	
6	좋다 (50)	일방적 (181)		귀중하다 (73)	일방적 (129)	
7	노력하다 (48)	죄송하다 (171)		합리적 (54)	비판하다 (118)	
8	효율적 (40)	어렵다 (149)		해결하다 (54)	가증스럽다 (110)	
9	가능하다 (29)	부족하다 (146)		노력하다 (45)	욕 (98)	
10	성공하다 (29)	가증스럽다 (110)		희망 (34)	지역갈등 (95)	
구	긍정	부정	중립	긍정	부정	중립
성	2017	3918	3785	1837	2769	4122
비	(24중, 21%)	(53중, 40%)	(36중, 39%)	(33중, 21%)	(51중, 32%)	(28중, 47%)

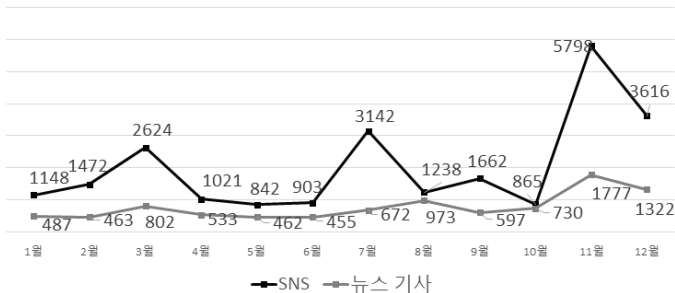
경향이 강하게 나타났다. 정리했을 때, SNS 의견들과 뉴스 기사들 사이에 큰 틀에서 공통된 감성적 인식이 존재하지만 세부적 측면에서 감성적 인식에는 차이가 있음을 알 수 있다.

2. 문재인 정부 시기 정부예산에 대한 사회적 인식 및 언론의 프레임 분석

첫째, 문재인 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 ‘예산편성’, ‘예산심의’, ‘예산의결’ 각각의 키워드로 선정된 ‘정부예산’의 언급량 총합을 비교한 결과는 <그림 3>의 내용과 같다.

내용을 보면, SNS와 언론 모두 정부예산과 관련된 언급이 6월 이후 하반기에 더 많이 이루어지고 있음을 알 수 있으며, 11월에 가장 많은 언급되는 양상도 동일하게 확인된다. 다만, 월별 추세를 보면, 편차가 크게 나지 않고 정부예산 과정에 맞춰 일반적 양상을 보인 언론의 뉴스 기사 언급량에 비해 SNS의 의견에서의 언급량은 3월, 7월의 경우와 같이 큰 편차가 확인된다. 이는 정부예산과 관련된 이슈가 등장할 때마다 그에 사회적 관심이 집중되고, SNS를 통해 적극적으로 개별적인 인식들을 표출했음을 의미한다. SNS의 언급량이 언론에서의 언급량보다 월등히 많은 것도 이러한 사실을 뒷받침한다. 따라서 정부예산에 대하여 언론보다 SNS에서 더 많은 관심을 형성하고 필요시 활발하게 의견 표출이 있었다고 간주할 수 있다.

<그림 3> 문재인 정부 시기 정부예산 키워드의 언급량 총합 비교



둘째, 문재인 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 ‘예산편성’, ‘예산심의’, ‘예산의결’ 각각의 키워드로 검색 시 함께 검색되는 관련 키워드들은 <표 3>

〈표 3〉 문재인 정부 시기 정부예산 키워드와 함께 검색된 관련 키워드 비교
(단위: 회)

	SNS		뉴스 기사	
	관련 키워드	빈도	관련 키워드	빈도
1	부채	4340	사업	3383
2	국회	3609	국회	2176
3	지방자치관련	3192	정책	2052
4	사업	2721	지원	1889
5	성남시	2175	재정	1779
6	도청	2140	계획	1705
7	기금	2132	기획재정부	1621
8	기존	2132	일자리	1280
9	자금	2132	더불어민주당	1102
10	일자리	2131	경제	1049
11	버스	1812	지방자치관련	631
12	발목잡기	1482	운영	617
13	경제	1261	자유한국당	581
14	성인용품	1242	규모	490
15	유치원3법	1242	위원회	478
16	다운로드	1180	추경	413
17	경기	968	복지	239
18	제안	949	행정	223
19	운영	923	국정원	146
20	정치	922	도시	133

내용의 순서와 같다.

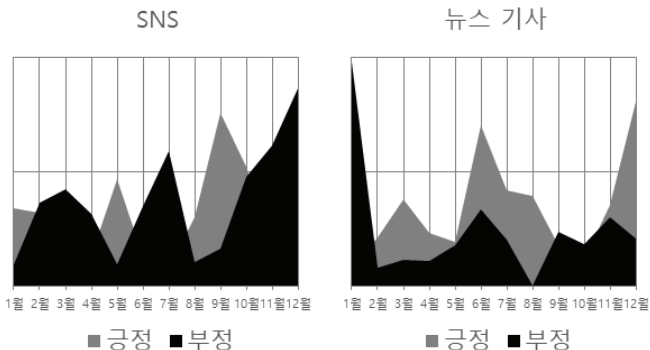
상위 20개 키워드를 정리한 내용을 보면, SNS에서는 ‘부채’가 가장 많은 관련 키워드로 확인되었고, ‘국회’, ‘지방자치관련’, ‘사업’, ‘성남시’ 등의 순으로 확인된다. 반면에 언론에서는 ‘사업’이 가장 많은 관련 키워드로 확인되었고, ‘국회’, ‘정책’, ‘지원’, ‘재정’ 등의 순으로 확인된다. SNS와 언론 모두 정부예산과 관련된 ‘국회’, ‘사업’, ‘지방자치관련’, ‘운영’ 등과 같은 기본 요소들이 공통적으로 다수 확인되고, ‘일자리’, ‘경제’ 분야 정책에 관한 예산이 주요 관심 대상임이 확인된다. 그러나 과거 공통된 관련 키워드가 상위 20개 내 다수였던 것에 비해 문재인 정부 시기에는 공통된 관련 키워드가 앞서 6개를 제외하면 확인되지 않는다. SNS에서는 정부예산의 증가가 ‘부채’로

연결되어 문제가 되는 것을 우려하는 경향이 강하였으며, ‘성인용품’, ‘유치원3법’, ‘버스’ 등 세부 현안사업 예산에 관한 관심이 높은 것을 알 수 있다. 특히 예산정보를 불법으로 유출했다는 의혹으로 부각된 ‘불법다운로드’ 키워드, 정부예산과정에서 원만하지 못한 정치권의 처신에 대한 불만이 반영된 ‘발목잡기’ 키워드의 상위 포진을 통해 정치세력의 병폐에 예민하게 반응한 사회적 인식을 파악할 수 있다. 그에 비해 언론의 뉴스 기사 프레임은 정부예산의 본질 자체와 ‘더불어민주당’, ‘자유한국당’, ‘기획재정부’ 등의 정치 행위에 언급의 초점을 맞추는 태도가 변하지 않은 것으로 파악되었다. 정리하면, 문재인 정부 시기 정부예산과 관련된 사회적 인식과 언론의 프레임 사이에 차이가 있다고 볼 수 있다. 정부예산에 관하여 SNS를 중심으로 한 사회적 인식은 보다 실질적 예산의 사용처에 대한 관심이 많고 정치 세력에 불만이 점철된 반면, 언론은 과거와 같이 정부예산 과정의 정치적 프레임 구조화에 집중하고 있기 때문이다.

셋째, 문재인 정부, 시기 SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 ‘예산편성’, ‘예산심의’, ‘예산의결’ 각각의 키워드로 검색 시 함께 검색되는 연관감성어의 월별 추세는 <그림 4>와 같다.

내용을 보면, SNS에서 나타나는 의견들의 경우, 박근혜 정부 시기보다 긍정감성어의 사용 빈도가 다소 높아졌으나 여전히 부정감성어의 사용이 확연하며, 11월, 12월에 높은 수준의 부정감성어 사용 양상도 유지되고 있다. 과거와 동일한 양상을 보이고 있는 것이다. 반면에 뉴스 기사들의 경우, 긍정감성어의 사용 빈도가 부정감성어 사용 빈도에 우위에 있음이 나타나고, 부정감성어로 점철되어 있던 하반기에 긍정감성어가

〈그림 4〉 문재인 정부 시기 정부예산 키워드와 함께 검색된
연관감성어 월별 추세 비교



더 많이 등장하고 있어 과거와 다른 감성적 관점 변화를 알 수 있다. 다만 박근혜 정부 시기에도 그러했지만 1월 과거보다 더 높은 수준의 부정감성어가 활용된 것은 동일하게 확인된다. 특정한 점은 SNS 의견들과 뉴스 기사들 모두 과거보다 긍정감성어와 부정감성어 사용의 편차가 더욱 심해졌다는 점이다. 이는 사회적 인식이나 언론의 프레임이 어느 상태에 고정된 채 항상적 태도에서 긍정감성어 혹은 부정감성어로 표출되는 것이 아니라 정부예산과 관련된 특정 상황이나 변화 등에 직관적으로 대응하며, 감성적 인식을 표출하는 양상을 보였다고 판단할 수 있다. 이러한 변화를 정부의 정치적 성향에 따른 변화로 추정해볼 수도 있지만 객관적 분석 자료가 확보되지 않아 단정할 수는 없다.

넷째, 문재인 정부 시기, SNS의 의견들과 언론의 뉴스 기사들에서 ‘예산편성’, ‘예산심의’, ‘예산의결’ 각각의 키워드로 검색 시 함께 검색되는 연관감성어의 속성별 구성비와 상위 연관감성어는 <표 4>의 내용과 같다.

내용을 보면, 우선 연관감성어의 구성비 산출 결과를 통해 앞서 월별 추세에서 확인한 SNS 의견들에서 부정감성어의 사용 비중이 압도적으로 높고, 뉴스 기사들에서는 긍정감성어 사용 비중이 높아진 사실이 확인된다. 과거와 다른 양상으로 정부예산에 대해 부정적 시각을 유지한 SNS 의견들에 비해 언론의 프레임은 긍정적 관점에서 바라보는 경향이 강해졌음이 확인된다. 그리고 사용된 상위 연관감성어들을 세부적으로 살펴보면, SNS 의견들과 뉴스 기사들에서 공통적으로 확인되는 연관감성어의 경우, ‘안전’, ‘좋다’, ‘적극적’ 등의 긍정감성어는 국민의 안전을 우선하는 정부예산에 대한 평가, 적극적 태도에 대한 평가에 활용되었으며, ‘불법’, ‘삭감하다’, ‘범죄’ 등의 부정감성어는 예산과 관련된 불법적 행위나 범죄, 예산처리 결과에 대한 평가에 활용된 것으로 판단된다. 또한 각기 별도로 확인되는 연관감성어의 경우, SNS 의견들 내 ‘든든하다’, ‘성공하다’, ‘균형맞추다’, ‘도움되다’, ‘가능하다’, ‘필수적’, ‘괜찮다’ 등의 긍정감성어는 예산 자체와 처리 과정에 대한 평가, 필수적이라는 단어를 통해 당위성 증시에 대한 평가에 활용되었으며, ‘심각하다’, ‘반대하다’, ‘잘못하다’, ‘비판하다’, ‘충격’, ‘멀리다’, ‘불명확하다’ 등의 부정감성어는 예산 처리 결과 및 결과에 대한 평가에 활용되었고, 주로 감정을 직시하는 단어의 사용 경향이 나타났다. 반면, 뉴스 기사들 내 ‘최선’, ‘효율적’, ‘강화하다’, ‘가능하다’, ‘처우개선’, ‘귀중하다’, ‘노력하다’ 등의 긍정감성어는 예산 자체와 처리 과정에 대한 평가, 관계자 태도에 대한 평가, 효율성 증시에 대한 평가에 활용되었으며, ‘혐의’, ‘일방적’, ‘어렵다’, ‘가증스럽다’, ‘욕’, ‘지역갈등’, ‘안타깝다’ 등의 부정감성어는 관계자 태도에 대한 평가, 처리 결과에 부가되는 요인에 대한 고려에 활용되었고, 감정을 직시하는 단어의 사용 경향이 강하게 나타났

다. 정리했을 때, SNS 의견들과 뉴스 기사들 사이에 큰 틀에서는 공통된 감성적 인식이 존재하지만 세부적 측면에서는 연관감성어를 통한 가치 부여에 있어 ‘효율적’, ‘합리적’, ‘필수적’ 등의 차이가 나는 것처럼 감성적 인식의 차이가 있음을 알 수 있다.

〈표 4〉 문재인 정부 시기 정부예산 키워드와 함께 검색된 연관감성어의 상위 연관감성어 비교 및 속성별 구성비

(단위: 회)

	SNS		뉴스 기사			
	긍정감성어 (빈도)	부정감성어 (빈도)	긍정감성어 (빈도)	부정감성어 (빈도)		
1	안전 (1282)	심각하다 (2130)	안전 (398)	혐의 (230)		
2	든든하다 (681)	반대하다 (2079)	적극적 (273)	불법 (140)		
3	성공하다 (623)	잘못하다 (1765)	최선 (167)	일방적 (129)		
4	좋다 (262)	불법 (1474)	효율적 (150)	어렵다 (125)		
5	균형맞추다 (211)	삭감하다 (961)	강화하다 (142)	범죄 (113)		
6	적극적 (205)	범죄 (590)	가능하다 (140)	가증스럽다 (110)		
7	도움되다 (162)	비판하다 (272)	처우개선 (129)	욕 (98)		
8	가능하다 (123)	충격 (215)	귀중하다 (73)	지역갈등 (95)		
9	필수적 (107)	밀리다 (156)	좋다 (67)	안타깝다 (79)		
10	괜찮다 (107)	불명확하다 (154)	노력하다 (47)	삭감하다 (65)		
구 성 비	긍정 4173 (32중, 18%)	부정 11405 (40중, 50%)	중립 7290회 (41중, 32%)	긍정 1811회 (35중, 25%)	부정 1684회 (35중, 23%)	중립 3840회 (30중, 52%)

3. 두 정부 시기의 사회적 인식 및 언론의 프레임 분석 결과 상호 비교

‘정부예산’을 구성하는 ‘예산편성’, ‘예산심의’, ‘예산의결’의 키워드 검색을 통해 SNS 의견 중심의 사회적 인식 및 언론 뉴스 기사들의 프레임을 박근혜 정부 시기와 문재인 정부 시기 각각 상호 비교한 결과는 <표 5>의 내용과 같다.

첫째, 언급량 총합의 비교를 통해, SNS 의견들과 뉴스 기사들에서 언급된 키워드의 총합은 문재인 정부 시기가 조금 더 많았음이 확인되었다. 또한 뉴스 기사들에서는 정부 시기와 무관하게 정부예산 과정 진행과 대응하여 매달 일정한 규칙선상의 양이 언급되었다. 다만 SNS 의견들의 경우, 박근혜 정부 시기에는 뉴스 기사와 동일한 양상을 보였으나 문재인 정부 시기에는 정부예산 관련 이슈가 등장할 때마다 언급량이 이례적

<표 5> 두 정부 시기의 사회적 인식과 언론 프레임에 대한 비교 결과

		박근혜 정부		문재인 정부	
		SNS 사회적 인식	언론 프레임	SNS 사회적 인식	언론의 프레임
차이점	정부예산에 대한 민감한 반응	없음	없음	있음	없음
	정부예산에 대한 관심 영역	간접적 영역	정치행위자, 과정 자체	간접적 영역	정치행위자, 과정 자체
	선호하는 연관감성어 유형	부정감성어	부정감성어	부정감성어	긍정감성어
	긍정감성어 사용 평가 대상	처우개선 지향, 효율성	처우개선 지향, 합리성	당위성	일부 관계자 태도, 효율성
	부정감성어 사용 평가 대상	부적절한 과정과 태도, 거부감 표현	부적절한 과정과 태도, 처리결과	불법적 행위, 처리 과정과 결과	불법적 행위, 일부 관계자 태도
공통점	<ul style="list-style-type: none"> - 6월 이후 하반기에 언급량이 집중됨 - SNS 의견들에서의 정부예산 키워드 언급량이 뉴스 기사들에서의 언급량보다 많음 - 현안 사업 및 시대 부합적인 관심 정책에 초점을 둠 - 상황에 따라 불규칙하게 연관 감성어가 활용됨 - 안전 및 적극적 태도 관련 정부예산에 가장 긍정적 - 예산 자체와 처리 과정에 대한 긍정적 평가 - 부정감성어는 감성이 직접적으로 표현되는 단어 선택 				

으로 높아져 개별 인식들이 민감하게 표출된 것을 확인할 수 있었다. 문재인 정부 시기 SNS를 중심으로 정부예산에 대한 사회적 관심이 높았고, 개개인 SNS에 자신들의 인식을 적극적으로 표출하는 경향이 상당히 강했다고 판단할 수 있다. 그러나 SNS와 뉴스 기사의 언급량이 6월 이후 하반기에 더 많이 집중되어 있으며, 정부예산에 대한 SNS 의견에서 확인되는 언급량이 언론의 뉴스 기사에서의 언급량보다 많은 것은 두 정부 시기 모두 공통적으로 확인되었다.

둘째, 키워드 검색 시 함께 검색된 관련 키워드 상위 20개의 비교를 통해, SNS 의견들의 경우, 박근혜 정부 시기에는 대통령의 공약 이행과 결부시켰으며, 문재인 정부 시기에는 정치세력의 구태에 대한 비판과 불만을 표출하여 정부예산과 관련되었지만 간접적인 측면에 더 관심을 갖고 있음을 알 수 있었다. 반면, 뉴스 기사들의 경우, 정부 시기와 무관하게 정치권의 핵심 행위자들이 크게 부각되어 정부예산 과정 자체에 초점을 맞춘 것과 같은 양상을 보였다. 즉, 정부예산에 대한 언론의 프레임은 집권 정부가 바뀌는 시간의 경과가 있었음에도 시대적 변화에 따른 인식의 변화가 없고, 정부예산 처리 과정을 단순한 정치적 행위에 국한하는 구조화 경향을 보이고 있는 것이다. 그러나 두 정부 시기 모두 SNS의 의견들과 뉴스 기사들 속 언론의 프레임이 현안 사업과 시대부합적인 관심 정책에 방점을 두었음이 공통적으로 확인되었다.

셋째, 키워드 검색 시 함께 검색된 연관감성어의 월별 추세 비교를 통해, 월별 사용에 있어 SNS 의견들에서는 두 정부 시기 모두에서 부정감성어에 대한 선호가 확인되었고, 뉴스 기사들에서는 박근혜 정부 시기에는 부정감성어에 대한 선호가, 문재인 정부 시기에는 긍정감성어에 대한 선호가 확인되었다. 그러나 두 정부 시기 모두 연관감성어가 정부예산 과정의 진행과 무관하게 상황에 따라 불규칙하게 직관적으로 적용되는 양상을 나타내는 것이 공통적으로 확인되었다.

넷째, 키워드 검색 시 함께 검색된 연관감성어 상위 10개의 비교를 통해, SNS 의견들과 뉴스 기사들에서 공통적으로 확인되는 연관감성어들의 경우, 박근혜 정부 시기에는 치우개선을 우선하는 정부예산에 대한 평가, 예산 처리 과정의 부적절한 상황과 태도에 대한 평가를 위해, 문재인 정부 시기에는 불법적 행동과 예산처리 결과에 대한 평가에 각각 활용되어 미세한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 또한 SNS 의견들에서만 확인되는 연관감성어들의 경우, 박근혜 정부 시기에는 효율성 증시에 대한 평가, 거부감 표출, 처리 결과에 대한 비판을 위해, 문재인 정부 시기에는 당위성 증시에 대한 평가, 예산 처리 과정 및 결과에 대한 평가를 위해 활용되었다. 뉴스 기사들에서만 확인되는 연관감성어들의 경우, 박근혜 정부 시기에는 합리성 증시에 대한 평가, 처리 결과에 대한 평가를 위해, 문재인 정부 시기에는 일부 관계자 태도에 대한 긍정적 혹

은 부정적평가, 효율성 증시에 대한 평가를 위해 활용되어 역시 세밀한 부분에서 차이가 있는 것으로 확인되었다. 아울러 연관감성어 속성별 구성비를 통해 상술한 월별 추세 비교 결과가 틀림없이 정량적으로 확인되었다. 그러나 두 정부 시기 모두 SNS 의견들과 뉴스 기사들에서 국민의 안전을 우선하는 정부예산의 평가와 적극적 태도를 위해 긍정감성어가 활용되었고, 예산 자체와 처리 과정에 대한 평가를 위해 긍정감성어가 사용되었으며, 처리 결과와 부가되는 요인에 대해 고려하는데 감정을 부정감성어를 통해 직접적으로 명시하는 용어가 사용된 경향이 있다는 것이 공통적으로 확인되었다.

IV. 결론

본 연구는 시대적 발전에 따라 새로운 주요 사회적 의사소통 경로로 활용되고 있는 SNS를 중심으로 한 사회적 인식과 그동안 사회적 의사소통을 주도해온 언론의 뉴스기사에서 확인되는 프레임 사이의 차이가 있는지, 함께 집권 정부의 지향 이념에 따라 양상에 차이가 있는지 확인함으로써 의미 있는 시사점을 발굴하기 위해 수행되었다. 이러한 목적의 달성을 위해 빅데이터 데이터 베이스에서 보수적 성향의 박근혜 정부, 진보적 성향의 문재인 정부 시기의 관련 분석 자료를 수집하여 텍스트 마이닝 방법으로 분석을 실시하였다. 분석결과, 정부 시기와 무관한 공통적 내용들을 제외하고, 몇 가지 차이가 확인되었다. 문재인 정부 시기 정부예산에 대하여 SNS에서만 이례적으로 민감한 반응들이 있었고, 두 정부 시기 모두 SNS 의견들은 정부예산과 관련된 간접적 영역에 관심을 기울인 반면 뉴스 기사들은 정부예산의 정치적 행위자와 과정에 집중하는 경향을 보였다. 또한 박근혜 정부 시기의 SNS 의견들과 뉴스 기사들, 문재인 정부 시기의 SNS 의견들에서 부정감성어가 선호되었지만 문재인 정부의 뉴스 기사들은 긍정감성어를 선호하는 것으로 파악되었다. 박근혜 정부의 SNS 의견들과 뉴스 기사들에서는 다양한 처우개선을 위한 정부예산, 효율성 및 합리성 증시에 대한 긍정적 평가에 긍정감성어가 활용되었으며, 부적절한 과정과 태도, 거부감의 표현, 예산 처리 결과에 대한 비판을 위해 부정감성어가 활용되었다. 반면, 문재인 정부의 SNS 의견들과 뉴스 기사들에서는 당위성 및 효율성 증시, 일부 관계자들의 태도에 대한 긍정적 평가에 긍정감성어가 활용되었으며, 불법적 행위에 대한 불만, 예산 처리 과정에 대한 비판, 일부 관계자들의 태도에 대한 부정적 평가에 부정감성어가 활용된 것으로 확인되었다.

이상의 분석결과를 종합적으로 고려하면, 정부예산과 관련하여 사회적 인식과 언론의 프레임 사이에는 어느 정도 상이함이 존재한다고 볼 수 있다. 그러나 본 연구결과를 근거하면 정부예산이라는 범위 내에서는 SNS를 중심으로 하는 사회적 인식이 정부예산 이슈에 민감하게 반응했다는 사실이나 정부예산에 대한 관심 영역, 선호하는 연관감성어 유형 정도만 명확하게 구분되는 차이가 있을 뿐, 일각에서 주장하듯 사회적 인식과 언론이 상호 완전히 동떨어진 정도의 차이를 나타낸다고 볼 수는 없다. 연관감성어의 사용에 있어서는 처우개선 지향에 대해 긍정감성어를 사용하거나 부정적 과정과 태도, 불법적 행위에 부정감성어를 사용하는 등 공통된 부분도 많이 존재하기 때문이다. 오히려 비판적 입장을 주로 견지하는 SNS 중심의 사회적 인식이 차지하는 부분에 언론이 접근함으로써 보완하는 차원의 차이로 보는 것이 적절할 것이다. 또 다른 연구목적으로써 특정 정치 이념을 지향하는 집권 정부 시기에 따라 사회적 인식과 언론의 프레임 간 차이가 있는지에 대해서도 다소 간의 차이는 있지만 간극이 큰 차이로 보기 어렵고 통째로는 다른 특성을 지닌다고 규정할 수 있다. 예컨대 진보 성향의 문재인 정부에 대하여 보수 언론을 중심으로 매우 비평적이고 적대적인 입장을 취한다는 주장이 적지 않게 제기되곤 하지만 본 연구의 분석결과에서는 문재인 정부 시기 뉴스 기사에서 확인되는 정부예산에 관한 언론의 프레임은 상당히 긍정적 관점으로 구조화되어 있음을 알 수 있다. 또한 정부예산에 대해 예민하게 반응하지 않는 태도나 정치권 행위자들에 대해 관심을 갖는 태도 등은 정부 시기와 무관하게 일관된 양상을 보이고 있다. 따라서 무조건적으로 언론의 뉴스기사 프레임이 사회적 인식과 이질적으로 구성되었다고 선입견을 갖거나 특정 정부에 대해 호의적 혹은 적대적이라는 편견적 지적은 타당하지 않다.

이와 같은 논리를 참조하면, SNS를 중심으로 하는 다양한 의견들로 구축되는 사회적 인식은 자유민주주의의 국가체제를 유지하는 한 제도적으로나 기타 인위적 조치를 통해 통제될 가능성이 없기 때문이다. 따라서 현재 비판의 장으로서의 SNS를 중심의 사회적 인식은 직시적 감성을 표출하고 비판적 행태를 취하는 경향이 지속될 것이다. 따라서 자연스럽게 언론의 미래 자세에 대한 논의로 이어질 수밖에 없다. 언론이 누구의 견제도 받지 않고 사회적 소통을 독점할 시대에 사회적 인식을 제어하려는 시도가 있었다. 이때 사회적 소통의 독점은 불의한 일제에 항거하는 지식인들의 입으로, 무능한 정부에 주인인 국민이 분노하도록 촉발하는 심장으로, 불법적 군사정권 시절에는 자유와 국민의 기본권 회복을 위해 행동하는 손발로써 우리 사회에 기여한 것에 대한 국민들의 관용이었다. 그러나 민주화가 진전되어 사회적 안정 수준이 크게 향상되고 국민들의 지적 의식 수준이 매우 높아진 상황적 환경 속에서 개인 스마트기기의 보급에 따

라 더 이상 미디어를 독점하지 못하고 정보의 유통에 있어서도 즉시성 측면에서 뒤처지는 언론이 과거와 같은 시도를 재연하는 것은 사실상 불가능하다. 그러므로 전술한 것처럼 전문성을 기반으로 사회적 인식을 상호 보완하면서 공정한 사회 제도로써 소통권이 미약한 사람들의 어려움을 대변하고, 정파주의에 빠지지 않도록 성찰해야 할 것이다(손석춘, 2020: 141). 함께 본 연구의 결과에서 확인된 것처럼, 언론의 프레임이 사회적 인식을 반영하지 않고 반드시 편파적이거나 사익적인 것만이 아니라는 사실을 다양한 경로로 주지시킬 필요가 있다. 게다가 다양한 형태의 미디어 플랫폼과 포털사이트가 부상하면서 빠르게 언론의 역할을 대행하고 있기 때문에 자구 노력이 미미할 경우, 자칫 기존 언론들의 생산물들은 질과 만족도 측면에서 관행적 진부함으로 비춰지고 불신을 양산함으로써(박진우, 2020: 131), 불필요한 정보를 양산하는 사회의 잉여 체계가 되어 비참하게 몰락할 수도 있다. 실제 일부 주류 언론을 중심으로 그러한 기미가 조금씩 나타나고 있으며, 사회 내 체계들은 필요한 하위 조건들이 갖춰져야 정상적 구동이 가능하기 때문에 언론의 성장 지향적 변혁은 선진 사회로의 성장과 진보를 위해 서둘러 이루어져야 할 것이다.

본 연구는 텍스트 마이닝이라는 연구방법이 갖는 본질적 한계로 인해 판단에 있어 주관적 개입 여지를 완벽하게 배제하지 못하였으며, SNS를 중심으로 나타나는 의견들이 사회적 인식의 일부인 것은 사실이지만 사회적 인식의 실제 전부와 차이는 분명히 있을 수밖에 없다. 또한 각 분석결과와 원인에 대한 고찰이 이루어지지 않아 대안 제시 측면에서 구체화되지 못한 한계 등은 후속 연구를 통한 보완이 필요하다.

▣ 참고문헌

- 국회입법조사처. 2017. 《언론개혁의 방향과 입법과제》. 국회입법조사처.
- 김성준·이창현. 2002. “북한 관련 TV뉴스의 프레이밍 방식에 따른 수용자의 인식 변화에 대한 실험연구.” 《한국언론정보학보》, 19: 95-123.
- 김찬우·정병기. 2017. “표준화 거버넌스 구축을 위한 사회적 인식과 요건: 온라인 뉴스 기사에 나타난 표준 관련 인식에 대한 분석.” 《한국공공관리학보》, 31(3): 171-193.
- 남궁협. 2018. “‘타자의 고통에 대한 응답’으로서의 커뮤니케이션, 그리고 언론의 역할 - 세월호 참사에 대한 언론보도를 중심으로.” 《한국언론정보학보》, 91: 41-75.
- 류충래. 1991. “변혁운동 과정에서 언론의 역할에 대한 일고찰 : 언론운동 성립 및 성격에 관한 연구.” 《언론과 사회》, 4: 35-49.
- 박은혜·김영욱. 2007. “언론 프레이밍과 이미지 회복 전략이 공중의 위기 인식에 미치는 영향.” 《한국언론정보학보》, 38: 73-118.
- 박진우. 2020. “한국언론의 신뢰도 왜 여전히 낮은가.” 《관훈저널》, 62(3): 128-135.
- 배지은·김수진·이필수. 2017. “창업에 대한 사회적인식과 창업교육이 창업의도에 미치는 영향 - 기업을 정신의 매개효과를 중심으로.” 《프랜차이즈경영연구》, 8(4): 43-54.
- 손석춘. 2020. “언론감시와 미디어비평 무엇이 문제인가.” 《관훈저널》, 62(3): 136-142.
- 손승혜·이귀옥·이수연. 2014. “의료복지 기사의 주요 특성과 프레임 비교 분석 - 김영삼 정부부터 이명박 정부까지 정권의 변화와 언론사의 이념적 성향에 따른 차이.” 《한국언론학보》, 58(1): 306-330.
- 송인학·박세영. 2009. “메시지의 긍정·부정 프레이밍과 시간 프레임에 따른 광고 효과.” 《사회과학연구》, 20(3): 129-150.
- 양승목. 2007. “한국의 민주화와 언론의 역할.” 《관훈저널》, 103: 77-83.
- 오관석. 2017. “사이버 정치활동과 SNS 정치참여에 관한 연구 : 대학생의 정치행태를 중심으로.” 《한국지방정치학회보》, 7(2): 21-46.
- 유한별·나태준. 2021. “검찰과 법원의 민주적 조직정당성 확보에 관한 연구: 텍스트 마이닝을 활용한 관련 언론기사 분석.” 《한국행정학보》, 30(1): 81-113.
- 윤호영. 2015. “사회 자본 연결망으로서의 SNS - SNS 내 인적, 정보 신뢰와 기관 신뢰와의 관계.” 《문화와 정치》, 2(1): 105-126.

- 이상률 · 이준웅. 2014. “프레임 경쟁에 따른 언론의 보도 전략 - 언론의 기사 근거 제공과 익명 정보원 사용.” 《한국언론학보》, 58(3): 378-407.
- 이영주 · 박가인 · 임명옥. 2015. “프레이밍의 ‘정서적 효과’에 관한 연구 : ‘공감’을 매개변인으로 노인문제 프레임이 세대차이, 노인부담 인식, 정책 수용도에 미치는 영향을 중심으로.” 《언론과학연구》, 15(4): 271-306.
- 이재무 · 박용성. 2018. “문재인 정부 복지 정책 및 예산에 대한 보수 및 진보 성향 언론의 프레임 분석.” 《예산정책연구》, 7(2): 51-80.
- 이현진 · 이승우. 2018. “사회적기업 인식에 관한 연구: 네이버 트렌드 데이터를 활용하여.” 《사회적기업연구》, 11(1): 51-74.
- 임순미. 2010. “‘집단지성’(Collective Intelligence)에 대한 언론 프레임 연구.” 《정치정보연구》, 13(2): 161-189.
- 정현영 · 전영직. 2007. “호텔종사원의 사회적 인식이 직업의식과 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구.” 《한국콘텐츠학회논문지》, 7(12): 209-217.
- 조현주 · 류형선. 2020. “빅데이터를 통해 바라본 아동과 청소년의 인격교육에 대한 사회적 인식 연구.” 《인격교육》, 14(2): 193-210.
- 최현주 · 최연철. 2016. “빅데이터를 통해 바라본 유아 창의인성 교육 방안 연구.” 《어린이문학교육연구》, 17(4): 601-627.
- 홍희찬 · 나태준. 2021. “정책대상의 사회적 인식변화 요인 탐색: 국방분야 기사의 감성언어 분석을 중심으로.” 《현대사회와 행정》, 31(2): 177-198.
- Boyd, Danah. M., & Ellison, Nicole. B. 2007. “Social network sites: Definition, history, and scholarship.” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Block, Jack, & Kremen, Adam M. 1996. “IQ and ego-resiliency: Conceptual and empirical connections and separateness.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 70: 349-361.
- Dourish, Paul, & Bellotti, Victoria. 1992. “Awareness and Coordination in Shared Workspaces.” *the 1992 ACM conference paper*, 107-114.
- Entman, Robert M. 1993. “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.” *Journal of Communication*, 43(3): 51-58.
- Gamson, William A., & Modigliani, Andre. 1989. “Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructivist Approach,” *American Journal of Sociology*, 95(1): 1-37.

- Ganzach, Yoav., & Karsahi, Nili. 1995. "Message framing and buying behavior: a field experiment," *Journal of Business Research*, 32(1): 11-17.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Levin, Irwin P., Schneider, Sandra L., & Gaeth, Gary J. 1998. "All Frames Are Not Created Equal: A Typology and Critical Analysis of Framing Effects." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76(2): 149-188.
- Ng. Wan. 2010. *Mobile Technologies and Handheld Devices for Ubiquitous Learning: Research and Pedagogy*. New York: IGI Global.
- Meyerowitz, Beth. E., & Chaiken, Shelly. 1987. "The effect of message framing on breast self-examination attitudes, intentions, and behavior." *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3): 500-510.
- Payne, Rodger. 2001. "Persuasion, Frames and Norm Construction," *European Journal of International Relations*, 7(1): 37-61.
- Pérez, Luzmel Alexander Pérez. 2013. "Unveiling social awareness through literacy practices in an EFL class," *Colombian Applied Linguistics Journal*, 15(2): 184-204.
- Rein, Martin, & Schön, Donald. 1993. "Reframing Policy Discourse." 145-166, in *The Argumentative Turn in Policy Analysis and Planning*, edited by Fisher, F. and Forester, J., Durham: Duke University Press.
- Rydin, Yvonne. 2003. *Conflict, consensus, and rationality in environmental planning: an institutional discourse approach*. Oxford geographical and environmental studies. Oxford: Oxford University Press.
- Scheufele. Dietram A. 1999. "Framing as a theory of media effects." *Journal of Communication*, 49(1): 103-122.
- Schoorman, David F., Mayer, Roger. C., Douglas, Christina A., & Hetrick, Christopher T. 1994. "Escalation of commitment and the framing effect: An empirical investigation." *Journal of Applied Social Psychology*, 24(6): 509-528.
- Sheldon, Kennon. M. 1996. "The Social Awareness Inventory: Development and applications." *Personality & Social Psychology Bulletin*, 22: 620-634.

Comparison of Social Awareness and Media Frames on the Government Budget during Conservative and Progressive Governments

Jae Moo Lee

In this study we investigate whether there is a difference between the social perception centered on social networking services (SNS) and the frame of news articles in the media and whether they differ according to the ideology of the ruling government. By text mining using big data, we found that mainly negative emotional words were preferred in SNS during the Park Geun-hye administration, positive emotional words were used for efficiency, and negative emotional words were used to express rejection. In the media, we identified a preference for negative sentiment words, positive sentiment words were used for rationality, and negative sentiment words were used for various kinds of criticism. On the other hand, SNS during the Moon Jae-in government mainly preferred negative emotional words, positive emotional words for justification, and negative emotional words for various kinds of criticism. In the media, we identified a preference for positive sentiment words, which were used for efficiency, and negative sentiment words were used for various kinds of criticism.

※ Keywords: Social Awareness, Media, Framing, Government Budget, Text Mining