

<http://dx.doi.org/10.20880/kler.2016.51.3.359>

## **보도자료 텍스트의 특징**

**신명선** 인하대학교

† 이 논문은 인하대학교의 지원에 의하여 연구되었습니다.

- I. 서론
- II. 보도자료에 대한 텍스트언어학적 연구 성과
- III. 어휘 분석 결과와 보도자료 텍스트의 특징
- IV. 텍스트성과 보도자료 텍스트의 특징
- V. 결론을 대신하여: 보도자료 관련 연구의 지평과 확장

## I. 서론

그동안 국립국어원에서는 보도자료가 지나치게 어려운 단어를 사용하거나 규범에 맞지 않는 표기·표현을 쓰고 있음에 주목하여 이를 시정하기 위한 여러 노력<sup>1</sup>을 기울여 왔다. 그러나 국어교육학계나 국어국문학계에서는 이것에 크게 주목하지 못하다가 최근 간헐적이긴 하지만 꾸준한 학적 관심이 이어지고 있다(구본관·제민경, 2009; 김문오, 2001; 민현식 외, 2010; 민현식 외, 2009; 박경현, 1999; 박재현·강남욱, 2011; 오현아, 2010; 이관희, 2010; 정희원, 2003; 조태린, 2006; 최홍열·최윤, 2014 등).

그런데 이러한 관심은 주로 공공언어로서의 보도자료가 지녀야 할 정확하고 쉬운 표현·표기에 주어졌다. 신명선·강보선·이기연(2016: 2장)에서는 그동안 보도자료에 대한 학적 관심이 보도자료가 공공언어로서의 ‘모범성과 대중성’을 지녀야 함에만 주어졌음을 구체적으로 논의한 바 있다. 보도자료에 관한 논의가 본질적으로 보도자료 그 자체에 대한 학적 관심에서 출발했다기보다 ‘공공언어’가 지녀야 할 당위적 속성 준수에 대한 추상적, 일반적 요건 논의에서 시작되었다는 점에 주목해야 한다. 그간의 논의는 보도자료의 언어가 실재하는 양상

1 매달 언어 사용 양상을 조사하여 각 부처에 시정안을 보내고 관련 연구를 진행하여 민현식 외(2010) 등 여러 보고서를 산출함.

에 대한 정확한 분석과 진단보다는 공공언어가 지녀야 하는 추상적이 고 당위적인 속성의 준수 여부에 대한 점검에 한정되는 경향이 농후 했다. 이는 그간의 논의가 대체로 정책 연구의 성격을 띠고 있었던 상황과 관련된다.

보도자료의 언어 사용 방향에 대한 적확한 정책적 대안은 보도자료 그 자체에 대한 정확한 분석과 진단 하에서만 가능하다. 이를 떠나 보도자료가 갖는 어휘적·텍스트적 특성 그 자체에 대한 분석은 언어학적 으로 유의미한 결과를 산출할 수 있어 필요하기도 하다. 보도자료가 갖는 속성을 공공언어성으로 한정하여 접근하기보다는 보도자료가 갖는 다중적 성격을 인정하고 이를 규명하려는 시도 역시 유의미하다.

본고는 신명선·강보선·정지호(2015)에 주목하고자 한다. 신명선·강보선·정지호(2015)는 보도자료의 어휘 수준이 높아 보도자료에 대한 일반 학생들의 이해도가 낮음을 조사해 보여 주고 있다는 점에 서는 기존의 연구들과 큰 차이가 없다(보도자료가 모범성과 대중성을 지녀야 한다는 기준 관점과 유사하다). 그러나 신명선·강보선·정지호(2015)는 거기서 더 나아가 보도자료에 사용된 어휘가 갖는 특성을 분석하고 보도자료의 텍스트적 특성을 일부이긴 하지만 객관적으로 기술하고자 노력하였다. 신명선·강보선·정지호(2015)는 17개<sup>2</sup> 모든 정부 부처 총 255개<sup>3</sup> 보도자료를 고루 표집한 뒤 말뭉치를 구축하여 어휘를 계량하고 (주)낱말의 독서지수 프로그램을 이용하여 보도자료의 독서지수를 조사하였으며, 국어교육학자와 기자 집단에게 설문을 돌려 보도자료에 대한 전문가적 인식을 조사하였다. 이를 통해 보도자료 텍스트를 다중적으로 규명하려고 시도했다는 점에서 기존의 연구와 차별화된다. 그러나 신명선·강보선·정지호(2015)는 그러한 여러 조사 결

2 우리나라 정부는 총 17개 중앙부처와 17개 지방 자치 단체로 구성된다. 본고에서는 기획재정부, 교육부, 미래창조과학부, 외교부, 통일부, 법무부, 국방부, 행정자치부, 문화체육관광부, 농림축산식품부, 산업통상자원부, 보건복지부, 환경부, 고용노동부, 여성 가족부, 국토교통부, 해양수산부의 17개 중앙부처만을 연구 대상으로 삼았다.

3 정부 17개 부처에서 2015년 2월, 4월, 6월에 발간한 보도 자료 중 부처별로 월별 5개 쪽을 인터넷 홈페이지를 통하여 고루 표집. 총 255개(17개 부처×3개월×5개)

과가 갖는 의미에 대한 심층적인 논의에는 이르지 못하고 조사 결과를 제시하는 데 그치고 있다.

본고는 신명선·강보선·정지호(2015)에서 시작된 보도자료 텍스트에 대한 다층적 분석 관점<sup>4</sup>과 보도자료 텍스트에 대한 객관적 기술 방식이 갖는 타당성을 인정하면서 이를 승계, 발전시키는 연구를 진행하고자 한다. 신명선·강보선·정지호(2015)<sup>5</sup>의 어휘 계량 결과, 독서 지수 조사 결과, 국어교육학자와 언론사 기자들과의 인터뷰 결과 등의 자료를 전반적으로 검토하면서 보도자료 텍스트가 갖는 어휘적, 텍스트적 특성을 종합적으로 분석하여 신명선·강보선·정지호(2015)의 연구를 보완하고자 한다.

이러한 접근은 그간 보도자료에 대한 연구가 대개 정책적 연구 경향을 띠면서 ‘공공언어’로서의 보도자료의 속성에 논의를 집중해 왔던 한계를 극복하고 보도자료를 하나의 독립적 객관적 텍스트로 다루면서 그 구체적 실태를 다층적으로 드러내려고 한다는 점에서 유의미하다. 보도자료에 대한 객관적, 기술적, 언어학적 접근이라는 점에서 그 의미를 찾을 수 있다. 이 연구는 보도자료에 대한 정책 연구의 방향 설정에 유의미한 함의를 줄 수 있을 것이다.

먼저 2장에서는 보도자료에 대한 그간의 연구 성과를 필자의 입장에서 간단하게 정리하고자 한다. 3장, 4장에서는 신명선·강보선·정지호(2015)에 제시되었던 주요 연구 성과를 바탕으로 보도자료 텍스트의 특징을 정리하고 논의를 발전시키고자 한다. 5장에서는 보도자료 텍

---

4 ‘보도자료의 언어는 앞으로 어떠해야 하는가?’보다는 ‘보도자료의 언어는 어떻게 실재하고 있는가?’에 초점을 두어 보도자료 텍스트의 다층성을 인정하는 관점

5 신명선·강보선·정지호(2015)에서는 255개의 보도자료를 바탕으로 총 어절 수 91105개, 총 어휘 수 13157개의 말뭉치를 구축한 뒤, 부처별로 상위 100개의 단어를 추출하고, 모든 부처를 통합하여 통합 상위 100개의 어휘를 추출하여 그 결과를 분석하였다. 그리고 (주)날말에 의뢰하여 개별 보도자료마다, 부처별마다 독서지수를 산출하였으며, 사용 어휘의 등급, 전문어의 비율, 문장당 어절 수를 동시에 산출하였다. 본고에서는 신명선·강보선·정지호(2015)에 제시된 이와 같은 조사 결과가 보도자료 텍스트의 특징에 대한 유의미한 함의를 갖고 있다고 판단하였다. 따라서 신명선·강보선·정지호(2015)에 제시된 조사 결과를 바탕으로, 보도자료의 텍스트적 특징을 필자의 입장에서 정리하며 논의하고자 한다.

트의 특징에 대한 논의 내용을 바탕으로 보도자료 관련 연구의 지평을 점검하고 그 확장에 대해 논의하고자 한다.

## II. 보도자료에 대한 텍스트언어학적 연구 성과

그간 보도자료에 대한 연구는 공공언어라는 큰 틀 안에서 행정 문서나 법률문 등과 같은 기타 공공언어 텍스트와 함께 이루어졌다. 관련 연구가 많지 않음을 고려할 때 공공언어와 관련하여 그간 이루어낸 성과는 괄목할 만하다. 특히 민현식 외(2010)는 공공언어의 개념을 정리하고 그 문제점을 분석하며 공공성의 진단 기준을 마련하여 공공언어에 관한 그간의 논의 내용을 발전적으로 집대성하는 성과를 거두기도 하였다.

그러나 공공언어라는 큰 틀 안에서 여러 종류의 텍스트가 함께 다루어지다보니 보도자료 그 자체에 대한 연구는 미진한 편이다. 특히 본고처럼 보도자료를 객관적인 하나의 텍스트로 상정하고 그 특성을 언어학적으로 논의한 연구 성과를 찾기는 쉽지 않다. 이러한 연구로는 장소원·양정호(2004)가 거의 유일한 듯한데, 이 연구는 보도자료 텍스트를 형식과 내용을 고려하여 세 가지(정보 공개형, 홍보형, 입장 표명형)로 분류하는 성과를 거두었다. 그러나 보도자료에 사용된 어휘나 문장 등을 질적, 언어학적, 객관적으로 분석하기보다는 올바른 문장 표현과 표기 등으로 논의를 귀결시키고 있어 아쉬움을 남긴다.

민현식 외(2011)는 보도 자료 작성 지침을 마련하기 위한 연구여서, 보도자료에 대한 언어학적 접근이라기보다 정책 연구의 성격을 강하게 띠고 있다. 하지만 이 연구는 장소원·양정호(2004)에서 논의되었던 보도자료의 종류에 대한 논의를 발전적으로 정리하고 각 종류별 특성을 예시를 통해 설명하게 기술하였다. 민현식 외(2011: 1)에 의하면 보도 자료는 ‘공공기관에서 언론 매체에 보도될 것을 목적으로 언론 기관에 제공하는 자료’로서, 크게 정보 공개형 자료, 홍보형 자료, 입장 표명형

자료의 세 가지로 나뉜다.

이상과 같은 논의를 통해 알 수 있는 것처럼 그간 보도자료에 대한 텍스트언어학적 접근은 아직 미미하다. 그러나 보도자료는 텍스트 생산과 소통의 맥락이 다층적이어서 언어학적으로 매우 연구 가치가 높은 텍스트로 판단된다. 이는 특히 예상 독자의 다층성을 통해 부각된다. 보도자료는 통상적으로 해당 행정기관의 사업과 치적 등을 보도할 목적으로 행정기관 공무원에 의해 생산되는 공공문서로 규정된다. 이 때문에 그 독자로 기자가 상정된다. 그런데 행정기관 공무원이 처해 있는 행정 조직 구조와 문화, 인터넷의 발달 등을 고려해 볼 때 보도자료를 작성하는 공무원이 상정하는 독자를 기자로 한정하기 어렵다. 현실적으로 행정기관 공무원이 가장 염두에 두고 있는 1차 독자는 본인의 상급 공무원으로서 직장 상사이다. 보도자료가 각 행정기관의 인터넷 홈페이지를 통해 일반 대중에게 공개되는 점을 고려하면, 2차 독자는 이질적 독자층으로 판단되는 일반 시민과 기자 양 집단이 된다.

예상 독자가 이처럼 명백하게 이질적인 세 그룹으로 나뉜다는 점은 보도자료 글쓰기의 어려움을 대변한다. 직장 상사는 대개 해당 행정 기관이나 기관장의 치적과 명예를 최대한 높이는 방향을 선호하기 쉽지만 일반 대중들은 본인들과의 관련성에, 기자들은 기사의 새로움이나 사회적 영향성 등에 더 방점을 찍으려 할 것이다. 이들의 상이한 선호도는 텍스트생산자 중심의 보도 내용과 텍스트수용자 중심의 보도 내용이 서로 상충될 경우에 불통과 막통의 원인으로 작용할 가능성이 높다.

보도자료는 각 행정기관별로 오래된 관습에 따라 서로 상이한 양식으로 작성되고 있다. 예컨대 외교부의 보도자료가 줄글로 되어 있다면 기획재정부의 보도자료는 □, ○ 등의 기호를 통해 문단을 구별하는 방식을 취하고 있다. 보도 자료 전체를 하나의 문장으로 작성하기도 하며 개조식 구성을 취하는 경우도 있는데 기간별, 기관별로 일정한 경향성을 띤다.

이와 같은 형식적인 차이 외 일명 '행정기관 용어'로 불리는 독특한 용어 사용이나 문장 구성 방식의 특성도 존재하는 것으로 판단된다.

다음과 같은 오현아(2010)의 피면담자와의 면담 결과는 일반 서민들이 느끼는 행정기관 언어의 특성에 대한 인상과 이해 정도를 간접적으로 잘 대변한다.

근데, 현금 납부는 왜 현금 납부고, 물납은? 현금 납부라고 하면 물건 납부 아니야? 아니면 둘 다 현납, 물납 하든지.(오현아, 2010: 162)

대부분 사람들은 이거 봐도 뭔 말인지 모를 거야. 풀이를 해 주려면 친절하게 해 주든가, 그냥 똑같이 쓰고 있잖아. 이거 봐 봐. “과세물건수: 종합부동산세 과세표준계산명세서(별지 제3호 서식 부표(2))의 ①과세물건수란의 물건수를 적습니다.” 과세물건수가 뭔 말인지를 알려 줘야지. 과세물건수란의 물건수를 적습니다.(오현아, 2010: 163)

어렵거나 이해하기 어려운 용어 사용에 초점을 맞춘 면담이지만 위의 사례를 보면 반의어 쌍의 관례적 사용(예: ‘현금 납부-물납’)에서 드러나는 용어 사용의 형식성이나 일반 서민을 고려하지 않은 어려운 전문용어(예:과세물건수)의 사용과 설명 방식 등이 드러난다. 오현아(2010)는 행정기관 용어의 문제점을 구체적인 사례를 통해 밝혀 행정기관 용어 및 공공문서에 대한 어휘적·텍스트언어학적 논의 필요성을 부각시켰다는 점에서 유의미하다.

보도자료 텍스트 생산자는 대개 행정기관의 공무원들이다. 보도자료 작성은 그간의 글쓰기 노하우를 담보하거나 응용하는 방식으로 이루어지기 쉽다. 공무원의 주 업무가 글쓰기가 아니라는 점에서 이들에게 전문적인 글쓰기 능력을 요구하기도 쉽지 않다. 이관희(2010)에서 2005년부터 시행, 지정되어 운영되고 있는 국어 책임관 제도의 시행을 국어 책임관 43명과의 설문 조사를 통해 점검한 결과를 통해 알 수 있는 것처럼 현실적으로 국어 책임관 제도는 효율적으로 시행되기가 쉽지 않은 상황이다.

이와 같은 종합적인 글쓰기 맥락을 고려할 때 보도자료 텍스트는 매우 다양한 스펙트럼으로 실체화되기 쉽다. 텍스트의 생성과 유통, 소비 구조 속에서 텍스트의 특성과 생태를 밝히려는 텍스트언어학적 입장에

서 보도자료는 매우 흥미로운 텍스트임에 틀림없다. 그간 이러한 연구가 활발하게 이루어지지 못했다는 점에서 본고는 그러한 연구의 필요성을 알리는 서막이라고 볼 수 있다. 다음 장에서 본고는 신명선·강보선·정지호(2015)에서 이루어진 여러 조사 결과를 발전적으로 보완하는 차원에서, 그 텍스트적 특성을 살펴보고자 한다.

### III. 어휘 분석 결과와 보도자료 텍스트의 특징

텍스트의 특징은 텍스트 생산의 목적과 주 내용, 텍스트의 성격, 텍스트에 사용된 어구 및 문장의 구성 방식, 텍스트의 수준 등을 분석함으로써 드러날 수 있다. 어휘는 텍스트의 구성 요소로서, 이와 같은 텍스트의 여러 특징들을 보여 주는 대표적인 자질이 될 수 있다. 따라서 어휘 분석 결과를 바탕으로 텍스트의 특징을 고찰하는 것은 객관적 자료를 근거로 한 분석 결과라는 점에서 유의미한 논의를 가능케 한다. 다만 어휘는 텍스트의 특징을 드러내는 일부 요소라는 점에서 텍스트의 전면적 특징을 보장하기는 어렵다.

신명선·강보선·정지호(2015)에 따르면, 17개 부처 보도자료 종합 상위(고빈도) 100위 어휘들 중 10위까지의 단어들은 ‘등05, 있다, 및, 위하다, 년02, 사업, 틀03, 수02, 하다, 월02’이다. 주요 개념어로 ‘사업’이 부각되는데 6위이다. ‘지원02’가 12위이며, ‘계획(19위), 일07(21위), 정부(27위), 예정(29위), 장관(51위), 추진02(55위), 프로그램(56위), 추진하다(59위), 투자(62위), 정책(65위), 방안(67위), 운영(69위), 제도(71위), 개선(72위), 확대02(73위), 결과(78위), 업무(80위), 지원하다(81위)’ 등이 상위에 제시되었다(총 20% 차지). 이와 같은 어휘들은 보도자료 생산의 주 목적이 ‘사업, 지원, 계획, 추진하다, 정책’ 등등과 깊은 관련을 맺고 있음을 보여 준다.

한편 이들 사업의 성격이 ‘경제 사업’에 집중되어 있음도 간과할 수 있다. 신명선·강보선·정지호(2015)에 따르면, 기업(17위), 개발(35위),

경제(38위), 시장04(47위), 산업(48위), 투자(62위) 등이 상위에 제시되어 있다. 17개 부처가 모두 일명 ‘경제부’가 아니라는 점에서 정부의 사업이 경제 개발과만 긴밀성을 갖고 있다는 점은 흥미롭다. 보도자료가 경제를 중시하는 현 사회의 특징을 대변하는 매개체로서 기능할 수도 있음을 보여 주는데, 이는 물론 정부 부처의 사업이 예산을 집행하는 일과 관련되기 때문이기도 하다. 부가적으로, 금액을 기술할 때 사용되는 단어들도 상위 100위 안에 제시되어 있는데, 수사 ‘억04, 만06’이 각각 36위, 41위에 제시되었고 의존 명사 ‘원’이 18위를 기록했다 (신명선·강보선·정지호, 2015). 이상의 논의를 정리하면, 보도자료 텍스트 생산의 주 목적과 내용은 각 부처가 예산 집행과 관련하여 수행하는 여러 가지 사업을 널리 알리는 것이며, 그러한 사업 중의 상당수는 경제 관련 사업이라고 볼 수 있다.

둘째, 보도자료 텍스트가 갖는 주요한 성격은 보도자료에 사용된 전문어의 비율을 통해 분석될 수 있다. 그간 보도자료는 행정기관 문서라든가 공공문서로 규정되는 경향이 강했는데, 보도자료에 사용된 용어를 통해 판단해 보면 보도자료는 전문성이 매우 강한 텍스트로서, 일반 학술 도서와의 친근성이 높다.

신명선·강보선·정지호(2015)에 따르면 부처별 전문어 사용 비율은 최저 36%에서 최고 66.2%에 이른다. 이는 보도자료가 각 부처와 관련된 전문 내용을 다루고 있기 때문인데 그 전문성 정도는 매우 높다 (표 1 참조).

표 1. 부처별 전문어 사용 비율(신명선 외, 2015)

부처	전문어 사용률 순위	전문어 비율 (타입 기준)	관련 전문 영역
법무부	1	66.2% (6679개 중 4408개)	법률(47.1%), 종교(7.5%), 교육(4.4%), 레저(4%), 컴퓨터(3.2%)
통일부	2	58.1% (2389개 중 1385개)	법률(24.5%), 철학(16.9%), 심리(6.7%), 종교(5.3%), 물리(4.7%)

국방부	3	56.4% (4053개 중 2269개)	군사(28.8%), 교육(10.9%), 법률(9.8%), 철학(3.5%), 언어(3.5%)
산업통상 자원부	4	55.9% (5872개 중 3288개)	경제(25.2%), 법률(13.4%), 물리(7.7%), 컴퓨터(5.3%), 군사(4.3%),
기획재정 부	5	55.8% (5208개 중 2916개)	경제(30%), 법률(12.6%), 물리(4.6%), 역사(4.5%), 화학(4.1%)
행정자치 부	6	55.4% (7520개 중 4136개)	법률(20.7%), 경제(10.9%), 컴퓨터(10.6%), 군사(6.9%), 레저(6.3%)
여성가족 부	7	54.4% (4809개 중 2596개)	법률(24.3%), 컴퓨터(9.3%), 교육(8.8%), 레저(6.7%), 종교(5.3%)
국토교통 부	8	52% (4860개 중 2527개)	법률(14.2%), 경제(10.8%), 언어(9.5%), 컴퓨터(9%), 물리(8.5%)
외교부	9	50.6% (4610개 중 2305개)	법률(17.6%), 정치(10.2%), 역사(8.7%), 철학(8.6%), 물리(5.5%)
보건복지 부	10	50.3% (11288개 중 5644 개)	의학(17%), 법률(14.3%), 경제(7.4%), 군사(6.9%), 물리(4.7%)
고용노동 부	11	48.3% (8321 중 3994개)	경제(14.3%), 법률(14.1%), 심리(9%), 생물(5.7%), 물리(5.2%)
미래과학 부	12	45.2% (6654개 중 2994개)	경제(15.7%), 컴퓨터(9.1%), 물리(7.8%), 레저(6.6%), 생물(6%)
문화체육 관광부	13	44.8% (6696개 중 3013개)	경제(15.5%), 법률(12%), 컴퓨터(7.5%), 생물(5.3%), 교육(4.5%)
환경부	14	42.8% (6435개 중 2767개)	법률(13.2%), 군사(8.7%), 생물(7.9%), 경제(7%), 화학(6%)
해양수산 부	15	41.3% (3859개 중 1582개)	법률(12.8%), 군사(7.9%), 경제(7.8%), 컴퓨터(6.5%), 생물(6.3%)
교육부	16	39.9% (5708개 중 2283개)	법률(15.2%), 교육(12.7%), 경제(12%), 컴퓨터(8.5%), 심리(8.1%)
농림축산 부	17	36% (5416개 중 1949개)	경제(21.1%), 생물(6.1%), 식물(4.5%), 물리(4.3%)

보도자료가 이처럼 전문 분야 텍스트로서의 성격을 강하게 지니고 있음을 고려할 때 보도자료를 일반인들이 이해하기는 쉽지 않다. 그간 많은 연구들이 보도자료가 공공문서의 성격을 띤다는 점에 초점을 두

어 보도자료의 용어와 표현이 지나치게 어려움을 비판적으로 검토하고 쉬운 용어와 표현을 사용해야 한다고 주장하였는데, 보도자료가 갖는 이와 같은 성격을 고려할 때 그러한 변화가 쉽지 않음을 알 수 있다. 전문어 사정이 쉽지 않다는 점이 그 첫 번째 이유이고 보도자료가 이와 같이 높은 전문성을 띠는 것은 보도자료가 갖는 본질적인 성격에서 연유한다고 보아야 한다는 점이 그 두 번째 이유이다. 따라서 쉬운 용어와 표현을 사용하라는 단순한 지침은 보도자료 텍스트를 변화시키기 어렵다.<sup>6</sup> 텍스트 생산자가 실질적으로 표현하고자 하는 내용을 적확하게 드러내면서도 개념상, 논리상 변화가 없어야 용어나 표현 대체가 가능한데, 이처럼 전문성이 높은 텍스트라면 일방적인 쉬운 용어 선택은 어려운 것이 사실이다.

부처별 업무 성격과 상관 없이 우리나라 보도자료에 가장 많이 사용되는 전문용어는 경제와 법률 관련 전문어들이다. 신명선·강보선·정지호 (2015)에 따르면 17개 부처 통합 총 어휘 대비 법률 전문어의 비율은 무려 26%에 이른다. 경제 관련 어휘는 17.7%이다(다음 표 2 참조).

표 2. 17개 부처 통합 전문어 비율이 높은 전문 영역 순위(신명선 외, 2015)

전문 영역	순위	
법률	1	15개 부처
경제	2	12개 부처
물리	3	9개 부처
컴퓨터	3	9개 부처
군사	5	6개 부처
생물	5	6개 부처
교육	7	5개 부처
레저	8	4개 부처
불교	9	3개 부처

6 이러한 점에서 보도자료에 관한 정책 연구의 방향은 앞으로 달라질 필요가 있다. 쉬운 용어나 표현을 사용하라는 단순한 지침을 넘어 보도자료 생산자의 의도를 담보할 수 있는 실질적인 지침 마련이 요구된다.

심리	9	3개 부처
철학	9	3개 부처
기타 영역	10	1개~2개 부처

‘법’과 ‘경제’는 현대 사회를 움직이는 주요 키워드로서, 법과 경제를 주 업무로 삼지 않는 부처들에서도 법률과 경제 관련 전문어를 변형 없이 노출시키는 경향이 두드러졌다. 법률과 경제 관련 전문어들이 점점 일상 용어화되는 경향은 이들 두 영역이 일반인들의 삶 속에 깊이 침투하고 있음을 시사하며, 정부 부처들의 보도 자료 이해를 위해서는 법률과 경제 관련 전문어 이해가 필수적인 사회가 도래했음을 보여 준다. 이는 보도자료 텍스트가 전반적으로 법과 경제 관련 내용을 주로 다루면서 그러한 분야의 성격을 높게 지니고 있음을 함의한다.

셋째, 보도자료의 어구 구성 및 문장 구성 방식의 특징은 보도자료에 사용된 한자어, 사고도구어(academic words), 명사의 사용 비율을 통해 추론해 볼 수 있다. 신명선·강보선·정지호(2015)에 따르면, 17개 부처 종합 상위 100개 어휘를 품사별로 분류했을 때 명사(의존명사 포함)가 전체의 80%를 차지하였다. 제시하면 다음과 같다.<sup>7</sup>

명사(의존명사 포함)(80개): 등05, 및, 년02, 사업, 들09, 수02, 월02, 지원02, 것, 개10, 명03, 기업, 원, 계획, 기관, 일07, 지역, 기술, 교육, 정부, 정보, 예정, 중04, 이번, 서비스, 별04, 분야, 개발, 시설, 경제, 관리04, 국민, 대상11, 안전, 협력, 시장04, 산업, 문화, 기준03, 장관, 경우, 추진02, 프로그램, 평가03, 간10, 청소년, 투자, 관련, 민간, 정책, 해외, 방안, 운영, 현장, 제도, 개선, 확대02, 환경, 시간, 주요, 결과, 의료, 업무, 한국,

7 그 외 20%는 다음과 같다.

동사·형용사(13개): 있다, 위하다, 하다, 대하다, 통하다, 되다, 다양하다, 빈다, 추진하다, 밝히다, 지원하다, 활용하다, 나가다

기타(7개): 대명사(이05, 우리03), 수사(억04, 만06), 관형사(총06), 부사(또한, 함께)

동사·형용사에 제시된 ‘다양하다, 추진하다, 지원하다, 활용하다’의 경우 ‘다양, 추진, 지원, 활용’ 등의 변형이라는 점에 주의해야 한다. ‘지원02, 추진02’은 각각 12위, 55위로 사용되었다.

단체, 공공, 윤리, 중국, 시10, 조사30, 공동, 이상05, 학교, 과제04, 대학, 연구, 제품, 국내, 전국, 회의

흥미로운 점은 위에 제시된 것처럼 상위 100개 단어 중 80개가 명사이며 그 중 60개가 2음절 한자어라는 점이다. 2음절 한자어가 많다는 점은 한국 한자어가 갖는 주요 특징이기도 하다. 이들 2음절 한자어들은 ‘주요 경제 관련 민간 문제 해결 방안’ 등처럼 연속적으로 나열되어 한자어 명사 나열 어구로 사용되기 쉽다.<sup>8</sup>

17개 부처 통합 100개 어휘 목록에서 사고도구어(academic words)는 총 28개가 사용되었다(28%). 이는 신명선(2004)에 근거한 것으로, 보도 자료에 사용된 사고도구어는 ‘등05, 지원02, 계획, 분야, 개발, 관리04, 대상11, 협력, 다양하다, 기준03, 추진02, 프로그램, 평가03, 추진하다, 관련, 방안, 운영, 제도, 개선, 확대02, 환경, 주요, 결과, 조사30, 공동, 활용하다, 과제04, 연구03’이다.

이처럼 보도자료는 명사의 비중이 높은 텍스트로서 명사 나열 어구 구성을 취하기 쉬운 텍스트이다. 전문어와 사고도구어의 사용 비율이 높다는 점과 관련시켜 분석해 보면 대체로 명사인 전문어가 연속적으로 나열되며 개념 간 고리를 사고도구어를 통해 연결하여 텍스트의 수준이 비교적 높은 텍스트라고 볼 수 있다.

넷째, 그동안의 분석을 통해 드러난 것처럼 보도자료 텍스트의 수준은 높다. 신명선·강보선·정지호(2015)에서 ㈜낱말의 독서지수 프로그램을 이용해 보도자료 텍스트의 독서지수를 측정한 결과, 17개 부처별 보도 자료의 독서지수는 최저 1410에서 1550 사이로 나타났다. 독서지수와 학력 수준 간의 상관관계를 바탕으로 해석해 볼 때, 부처별로 다소 차이가 있지만, 보도 자료들은 대체로 고등학교 2~3학년 수준은 되어야 읽을 수 있는 텍스트이다.<sup>9</sup>

8 이러한 구성은 보도자료 작성자 입장에서는 적은 글자 수로 많은 개념을 제시할 수 있다는 점에서 효율적이나, 독자 입장에서는 개념의 연속체를 논리적으로 이해해야 하므로 독해 시 어려움을 겪을 수 있다.

9 그러나 신명선·강보선·이기연(2016)의 보도자료 이해도 조사 결과에 따르면 현 고등

부처별 문장 당 어절 수는 보도 자료에 사용된 어휘들이 어떤 방식으로 결합되고 있는지를 가늠할 수 있는 참고용 자료가 된다. 통일부의 문장당 어절 수가 14.7로 가장 적었으나 대부분은 문장당 어절 수가 15어절을 넘고 있으며, 외교부는 문장당 어절 수가 19.5였다.<sup>10</sup>

표 3. 부처별 보도 자료의 문장당 어절 수(신명선 외, 2015)

부처명	전체 어절 수	전체 문장 수	문장당 어절 수
고용노동부	7,421	481	15.4
교육부	5,073	294	17.3
국방부	3,861	223	17.3
국토교통부	4,419	266	16.6
기획재정부	5,097	279	18.3
농림축산식품부	5,025	291	17.3
문화체육관광부	6,555	399	16.4
미래창조과학부	6,505	357	18.2
법무부	6,560	432	15.2
보건복지부	10,451	664	15.7
산업통상자원부	5,650	341	16.6
여성가족부	4,599	267	17.2
외교부	4,809	246	19.5
통일부	2,253	153	14.7
해양수산부	3,467	187	18.5
행정자치부	6,824	389	17.5
환경부	5,709	384	14.9

강보선(2013: 61)에 의하면 문장당 어절 수는 학년이 올라갈수록,

학생들은 보도 자료 이해도가 매우 낮은 것으로 드러났다. 상세한 것은 관련 논문 참고.

10 실제 보도 자료를 보면 한 문장을 두 개 이상으로 나누어 일문장다단락(一文章多段落)의 형태가 나타나기도 한다. 의미상 구분된다면 문장을 나누어 기술하는 것이 훨씬 편리하다.

전문가일수록 길지만, 문장당 평균 14어절을 넘지 않는다. 따라서 보도자료의 문장 당 어절 수는 비교적 긴 편이라고 판단할 수 있다. 종합적으로 정리해 볼 때 보도자료 텍스트의 수준은 전반적으로 최소한 고2,3은 되어야 읽을 수 있는 높은 수준의 텍스트라고 할 수 있다.

#### IV. 텍스트성(textuality)과 보도자료 텍스트의 특징

Beaugrande & Dressler(1981)는 텍스트를 텍스트답게 만들어 주는 성질을 텍스트성(textuality)으로 규정하고 의도성(intentionality), 용인성(acceptability), 결속성(cohesion), 결속구조(coherence), 상황성(situationality), 정보성(informativity), 상호텍스트성(intertextuality)의 7가지 요소를 제시한 바 있다. 텍스트 생산자 및 수용자와 관련되는 것이 의도성과 용인성이라면, 텍스트 그 자체와 보다 직접적인 관련을 맺는 요소는 결속성과 결속구조이다. 한편 의사소통 상황과 관련하여 상황성과 상호텍스트성을, 정보 처리 과정과 관련하여 정보성을 상정할 수 있다. 텍스트성은 텍스트를 텍스트답게 만드는 요소이지만, 텍스트성 분석을 통해 어떤 텍스트가 갖는 특성을 드러낼 수 있으므로 텍스트 분석 도구로 이용되어 왔다.

본고에서 보도자료의 텍스트성에 주목하게 된 배경은 신명선·강보선·정지호(2015)에 제시된 기자들과의 설문 조사 결과 때문이다. 신명선·강보선·정지호(2015)에서는 현직 기자들에게 보도자료에 관한 인식 조사를 실시하였는데, 이들의 응답 중 다음과 같은 진술은 보도자료가 텍스트생산자 중심의 텍스트로서 의도성이 강한 텍스트임을 비교적 명시적으로 보여 준다고 판단되었기 때문이다.

형식상으로는 중요한 내용과 중요하지 않은 내용으로 배치가 돼 있습니다. 그러나 정부에서 독자들에게 알리고 싶은 내용 중심으로 배치돼 있어, 정작 중요한 내용은 빠져 있는 경우도 종종 있습니다.(J)

-상략- 계속 언급되지만 자기들이 하고 싶은 이야기만 놀이놓는 게 문제임.  
필요한 정보가 빠져 있어서 계속 캐묻고 문맥이 이해가 안 될 때가 많다는 이야기임.(S)

다른 나라와는 솔직히 잘 모르겠고, 다른 공문서에 비해선 수준이 떨어진다고 생각함. 전반적으로 자신들이 알고 싶은 부분만 알고자 하기 때문에 기자 입장에서는 지속적으로 알아봐야 할 때가 다반사임. 또 의도적으로 어렵게 혹은 대충 설명하는 부분도 많다고 생각됨.(S)

(이상 밑줄 필자)(신명선 외, 2015)

‘정부에서 독자들에게 알고 싶은 내용’, ‘자기들이 하고 싶은 이야기만 놀이놓는 게 문제’, ‘자신들이 알고 싶은 부분만 알고자 하기 때문에’ 등과 같은 진술들은 기자들이 오랫동안 보도자료를 접하면서 경험한 보도자료의 특성이다. 기자들의 이와 같은 보고는 보도자료가 의도성 중심의 텍스트로서 텍스트생산자의 의도만이 강하게 부각된 텍스트임을 함의한다. 이러한 특성으로 인해 보도자료에는 기자 입장에서 ‘정작 중요한 내용’이나 ‘필요한 정보’라고 생각되는 내용은 빠져 있다. 텍스트생산자에게는 중요한 정보일 수 있지만 텍스트수용자 입장에서는 필요한 정보가 없어 내용 이해에 어려움이 있고 이 때문에 직접 ‘계속 캐묻고’, ‘지속적으로 알아봐야’ 하는 것이다. 기자들은 보도자료 내용을 온전히 이해하는 데 어려움을 겪고 있었으며 추가 취재로 부족한 내용을 보충하고 있었다.

보도자료 텍스트생산자는 실질적 예상 독자(기자나 일반 시민)의 특징(경험이나 지식, 이해도 등)을 고려하여 보도자료를 작성하기보다는 각 행정기관의 차적이나 업적을 최대한 드러내고 사업의 방향이나 성과를 가능한 분명하게(텍스트생산자 입장에서) 기술하는 데 초점을 둔다. 이들이 주로 고려하는 예상 독자는 직장 상사일 가능성이 높은데 그들은 내부자로서 보도자료의 주 내용(추진하고 있는 사업이나 행사 등)을 공유하고 있는 사람들이다. 따라서 내용을 전혀 모르는 외부자가 내용 이해 시 겪을 수 있는 어려움이 충분히 고려되지 않은 채 보도자료가 작성되고 있을 수 있다.

실질적인 예상 독자의 특성을 고려하여 글을 작성하지 않기 때문에 보도자료에 대한 독자(기자나 시민)의 이해도는 낮을 수밖에 없다. 보도자료의 수준에 대한 기자들의 다음과 같은 진술이 참고가 된다.

내용이 곧바로 이해되지 않습니다. 그 이유는 상황에 따라 조금씩 다릅니다. 새로운 출입처를 맡으면 기자의 관련 배경지식이 부족해 보도자료 이해가 힘듭니다. 1, 2년 지나 배경지식이 어느 정도 쌓였다면, 가장 큰 문제는 보도자료가 '횡설수설'하는 경우가 많아 곧바로 이해되지 않습니다. 중요한 내용을 앞쪽에 배치해 쉽고 빠르게 이해되도록 작성돼야 하는데, 실상은 그렇지 않습니다. 가장 중요한 내용이 뒤에 나오거나, 별 관련 없는 내용이 장황하게 나오는 경우가 많습니다. 그 경우 한 번 읽고는 내용 파악이 되지 않습니다. (P)

(밀줄 필자, 신명선 외, 2015)

보도자료 내용이 이해하기 어렵고 ‘별 관련 없는 내용이 장황하게 나오’거나 ‘횡설수설’한다고 생각하는 이유는 텍스트생산자의 의도성이 지나치게 강조되면서 텍스트수용자 중심의 수용성은 크게 낮아져 있기 때문이다. 그리고 텍스트생산자의 그러한 의도는 텍스트구조에 일정 부분 영향을 미칠 수밖에 없다. 의도성과 결속성, 결속구조는 긴밀한 관련성을 맺는다.

논의의 편의와 이해도를 높이기 위해 보도자료 한 편을 예시로 들고자 한다. 본고에서 선택한 보도 자료는 산업통상자원부의 보도 자료(2015. 4.16)인 ‘꿈의 나노소재 “그래핀”, 민·관 합동으로 세계 시장 선점한다.’이다. 전술한 바, 17개 부처별 보도자료의 독서지수는 최저 1410에서 1550 사이로 나타났는데, 이 보도자료의 독서지수는 1490이다(신명선·강보선·정지호, 2015). 대체적으로 중간 정도에 해당한다고 볼 수 있다. 한 편 산업통상자원부의 보도자료이기 때문에 경제와 과학 분야에 해당하는 내용을 다루고 있다. 이는 이 보도자료에 사용된 어휘가 예컨대 문화체육관광부와는 다를 것임을 암시한다. 실제 보도자료 전문은 <부록>에 제시하였다. 이 보도자료는 이하 <그래핀>으로 지칭하도록 한다.

<그래핀>에서는 ‘그래핀’이라는 신어의 의미를 다음과 같이 설명하고 있다.; “그래핀은 탄소원자들이 6각형 별집구조로 배열된 2차원구조

의 원자막으로, 전류수송(구리의 150배), 강도(강철의 200배) 투명도 (98%) 등의 물성이 우수한 소재”. 보도자료의 예상 독자가 전문 기자 이거나 일반인이라고 볼 때, 이러한 설명을 이해하기는 쉽지 않다. ‘연필심 등에 사용되는 흑연의 한 종’ 등과 같은 설명과 비교해 보면 지나치게 전문적이다. 그래핀의 의미를 정확하게 설명하려는 텍스트생산자의 의도에는 부합하는 설명 방식일 수 있으나, 예상 독자의 수준을 고려한 표현으로 보기에는 어렵다.

그 외 ‘저가격’, ‘시장형성 가시화’, ‘수요기반’, ‘신시장 창출’, ‘전주기 통합’, ‘수요 기업’, ‘수요 기업 협의체’ 등과 같은 단어 역시 텍스트 생산자 중심의 어휘 선택 결과로 판단된다. 예컨대 ‘저가격’의 기준을 알 수 없고, 현재 시장 형성이 가시화되고 있다는 판단 역시 텍스트 생산자 중심적이다.

보도자료는 대개 새로 추진되는 정책 등을 홍보하기 때문에 ‘신정보’를 다룬다. ‘새로움’은 보도자료의 가장 중요한 성격인데, 보도자료의 언어 사용 방식은 대개 그 새로운 정보를 최대한 간결하면서도 과급 효과가 큰 방식으로 가능한 많이 제공할 수 있는 방향으로 작성되기 쉽다. 이는 보도자료가 높은 정보성을 갖게 만드는 요인이 될 수 있다.

보도자료의 어휘 사용이나 문장 구성 방식을 보면 정보성을 높일 수 있는 언어 사용 방식이 선호되고 있음을 알 수 있다. 이는 보도자료의 결속성 및 결속구조와도 관계를 맺는다. 전술한 높은 명사 비중과 명사 나열 어구는 그 대표적인 예증이다. 전문어 나열 어구(전문어+전문어...)나 명사 나열 어구('명사+명사+명사...'), 한자어 나열 어구(한자어+한자어+한자어...)가 다수 등장할 것임을 예상케 하는데, <그래핀>에서도 확인할 수 있다.

- 고강도-경량 복합 재료
- 전자파 차폐
- 무결함 대면적 합성 기술
- 산업 생태계
- 유연 디스플레이

- 고품질의 그래핀을 저가격·연속적으로 양산하는 기술
- 그래핀 응용제품의 상용화
- 그래핀 응용제품의 시장형성 가시화에 따른 대응
- 전주기 통합·연계전략이 필요하다.
- 최종 수요기업 또는 잠재적 수요기업 협의체
- 사업화를 위해 필요한 세부 기술군 단위로 산·학·연 통합형 기술개발을 추진
- 저품질 그래핀을 응용한 인쇄 전자용 잉크의 시장이 형성되는 등
- 그래핀 시장 선점 및 산업 생태계 주도권 확보
- 요소기술별 역할분담을 통한 통합적 기술개발로 사업화 기간을 단축하고
- 원소재 양산체계 구축을 위한 제품적용 테스트를 병행할 계획이다.

중요한 개념어들이 병렬적으로 나열되어 있어 위와 같은 어구의 의미를 이해하는 것이 쉽지는 않다. 예컨대 ‘전주기 통합·연계전략’의 경우 ‘전주기’의 의미를 일반인들이 맥락으로부터 유추하기는 쉽지 않다. ‘요소기술별 역할분담’의 경우도 어떤 것이 요소 기술에 해당하는지 알 수 없는 상황에서 그 역할 분담의 의미를 이해하기 어렵다.

이와 같은 명사 나열 어구는 사태를 명사화하여 내용을 추상화할 수 있다는 점에서도 주목된다.<sup>11</sup>

번호	명사구(절)	이어지는 서술어 ( )는 실제 쓰인 활용형
1	우리나라 주도의 신시장 창출(이)	가능하다 (가능한)
	→ 우리나라 주도의 신시장을 창출할 수 있다.	
2	저렴한 비용으로 대량 생산(이)	가능하다 (가능할)
	→ 저렴한 비용으로 대량 생산할 수 있다.	
3	2025년 매출 19조원, 약 5.2만명의 고용 창출(이)	가능하다 (가능할)
	→ ~ 고용을 창출할 수 있다.	
4	세계시장 선도형 일등 제품을 <sup>12</sup> 개발(이)	이루어지다 (이루어짐으로써)
	→ ~ 일등 제품을 개발하다	

11 아래에 제시된 예시들은 신명선·강보선·정지호(2015)에서 전문가 설문 조사 결과를 바탕으로 제시한 내용을 참고한 것이다.

5	그래핀 시장 선점 및 산업 생태계 주도권 확보(에) → ~ 산업 생태계 주도권을 확보해야 한다.	있다 (있어)
6	그래핀 응용제품의 시장형성 가시화(에) → ~ 시장이 본격적으로 형성되므로	따르다 (따른)
7	요소기술별 역할분담(을) → 요소기술별로 역할을 분담하여	통하다 (통한)
8	원소재 양산체제 구축(을) → 원소재 양상체제를 구축하려고	위하다 (위한)

위의 1~3은 ‘~ㄹ 수 있다’로 쓸 수 있는데도 ‘명사화 + 가능하다’ 형태로 제시한 예이다. 4~5의 경우는 ‘이루어지다’, ‘있다’를 사용하고 있는데 1~3의 경우와 유사하다. 6~8의 경우는 ‘따르다, 통하다, 위하다’ 등 관형구 생성이 가능한 용언을 이용한 어구이다. 위와 같이 사태를 명사화하는 것은 보도 자료의 독특한 특성으로 보인다.<sup>12</sup>

이와 관련하여 보도자료의 서술어들이 ‘한자어+하다’, ‘한자어+이다’, ‘한자어+되다’의 형태로 다수 구성되고 있음도 주목된다. <그래핀>을 분석해 보면, 텍스트구조와 서술어가 매우 긴밀한 관련을 맺고 있다. <그래핀>은 전체적으로 크게 네 부분으로 구분되는데 이는 텍스트생산자에 의해 □로 표시되어 있다. 흥미롭게도 각 문단의 중심 내용은 문장의 서술어를 통해 직접 제시되거나 함의되고 있다.

#### <그래핀>의 텍스트구조와 주요 서술어

첫 번째 □ : ‘그래핀 사업화 촉진 기술 로드맵’ 사업 발표(새로운 정책 소개)

□: ~을 마련하고 ~ 확정·발표하였다.

○: ~수립되었다.

두 번째 □: 새로운 정책 추진 배경

□: ~ 확보하고 있어 ~ 전망된다.

12 문맥상 ‘제품의’를 ‘제품을’로 잘못 표기한 오타로 보임.

13 관련하여, “그래핀 응용 제품의 상용화까지는 기술적 어려움이 있다.”라는 표현의 경우, ‘상용화’나 ‘기술적 어려움’과 같이 사태를 명사화하여 표현한 뒤 ‘~이다’만 덧붙여 문장을 생성하고 있다.

○: ~개발되지 않아 ~기술적 어려움이 있다. ~대응이 필요한 상황이다.

○: ~전주기 통합·연계 전략이 필요하다.

세 번째 □: 새로 추진하는 정책의 구체적인 세 가지 내용

□: ~의견 수렴을 거쳐, ~을 수립하였다.

○ 첫째: ~구축한다. ~을 설정하고 계획이다.

– ~ 제조기술 확보를 지원한다.

– ~ 기술 확보를 지원하다.

○ 둘째: ~지원할 계획이다.

– ~ 측정기술 개발을 추진한다.

○ 셋째: ~상용화이다. ~ 지원할 계획이다.

– ~병행할 계획이다.

네 번째 □: 새로운 사업 추진에 따른 기대와 전망

□: ~계획이며, ~기대한다. ~대체하고, ~ 예상된다.

○ ~ 목표로 하고 있으며, ~가능할 것으로 기대된다

(밀줄 필자)

이 텍스트의 주제는 새로 추진되는 ‘그래핀 사업화 촉진 기술 로드맵’을 홍보하는 것으로서, 그 추진 배경과 내용, 기대와 예상이 제시되고 있으며 그것이 ‘정책, 수립, 계획, 지원, 예상, 기대’ 등과 같은 단어로 구체화되었다. 서술어들은 ‘마련하다, 확정하다, 발표하다, 수립되다, 확보하다, 전망되다, 상황이다, 필요하다, 수립하다, 구축하다, 설정하다, 계획이다, 지원하다, 추진하다, 기대하다, 대체하다, 예상되다, 가능하다.’ 등등으로 거의 전부가 ‘한자어+이다, 한자어+하다, 한자어+되다’ 구성을 취하고 있다.<sup>14</sup>

텍스트 생산의 목적이 새로운 정책을 홍보하는 데 있다고 할지라도 이를 텍스트로 구체화하는 방법은 다양할 수 있다. 다양한 어휘를 통해 여러 문장으로 구현할 수 있을 것이다. 그런데 위 보도자료의 경우, 보도자료 생산의 목적이 몇 가지 어휘들로 한정되어 표현되는 경향이 강하다.<sup>15</sup>

14 신명선(2004)에 제시된 사고도구어들임도 주목된다.

15 보도자료 텍스트의 구조가 정형성을 갖고 있을 뿐만 아니라 주로 사용되는 어휘도 일정한 경향성을 보인다면, 이는 여러 가지 함의를 유발한다. 우선 그간 논의되지 못한 보도자료 텍스트의 구조에 대한 폭넓은 조사·분석 연구의 필요성이 부각된다. 다음, 만일 그와 같은 텍스트구조가 밝혀진다면 보도자료를 생산하는 공무원들의 문식성 향상을 위한 기초 자료 마련(글쓰기 자료 개발 등)과 교육 방향이 구체화될 수 있다. 이

관련하여 내용을 나열할 때 사용되는 ‘등05(等)’이 <그래핀>이라는 하나의 텍스트에만 12번 사용되었다. 신명선·강보선·정지호(2015)에 의하면 ‘등05(等)’은 17개 부처 통합 상위 100개 어휘 중 1위를 차지한 단어이다. 17개 부처 통합 상위 3위를 차지한 ‘및’도 <그래핀>에만 6번 사용되었다. 이 단어들은 정보를 나열할 때 유용하게 사용할 수 있는 단어들이다.

보도자료의 텍스트생산자가 나열형 어구를 선호하는 이유와 이러한 표현이 텍스트수용자(독자)에게 어떤 영향을 미치는지에 대해서는 종합적인 연구가 더 필요하다. 아마도 그 이유로는 다수의 정보를 짧은 문장 안에 압축적으로 제시하기 위해, 구체적 내용을 은폐하기 위해, 혹시 더 있을 수 있는 전문 내용을 알 수 없으므로 미리 울타리를 치는 헤지(hedge) 표현으로 등을 들 수 있을 것이다. 이러한 나열형 표현들은 보도자료의 정보성을 높이지만 수용성은 낮추는 표현으로서 보도자료의 결속성과 결속구조를 특징 짓는 요인이 될 수 있다.

보도자료의 높은 정보성은 ‘전문어’의 과다 사용과도 관련을 맺는다. 앞에서 제시한 것처럼 보도자료에는 다양한 전문어가 다양 사용되고 있다. <그래핀>의 경우에도 (주)낱말의 독서지수 프로그램을 통해 전문어 비율을 조사한 결과, 경제와 물리 분야의 전문어가 각각 17.1%, 15.1% 사용되었다(신명선·강보선·정지호, 2015).

표 4. <그래핀>의 전문어 비율(신명선 외, 2015)

구분	비율	어휘(괄호 안 숫자는 출연 횟수)
경제	17.1%	시장(7)-산업(5)-수요(5)-기업(4)-매출(3)-투자(2)-공급(2)-비용(2)-컨소시엄(2)-경제(1)-수입(1)-독점(1)
물리	15.1%	수준(3)-주기(3)-전자파(3)-차폐(3)-전극(3)-에너지(3)-원자(2)-물성(2)-동력(1)-차원(1)-투명도(1)-반도체(1)-수렴(1)-전자(1)-투명(1)-합성(1)-나노미터(1)
총계	32.2%	

는 이형래(2005)를 통해 논의된 공무원들의 직업 문식성 향상 교육과 긴밀한 관련을 맺는다.

(주)낱말 프로그램의 특성상 사전 미등록어들은 분석 대상에서 제외되었는데, 이 보도 자료의 핵심어인 ‘그래핀’을 포함하여 ‘플렉시블’, 시브이디, 대면적, 가스화, 아이티오, 오엘아이디, 슈퍼커패시터전극’ 등이 그러하다. <그래핀>의 내용 이해를 위해서는 이 단어들에 대한 이해가 필수적이다. 이 단어들의 경우 최신 전문어로서 사전에서도 그 의미를 확인하기 어렵다는 점에서 일반인들이 이 단어들의 의미를 이해하기 위해 자료 검색을 하는 것도 용이하지 않다. 전문어가 갖는 특성상 이 단어들은 보도자료의 정보성을 높이는 주요 요인으로 기능할 수 있다.

<그래핀>의 어휘 등급별 분포도와 전문어 분포도는 다음과 같다. 경제, 물리, 법률 분야의 전문어가 다량 사용되었으며 1등급 어휘의 사용 비율은 낮다.

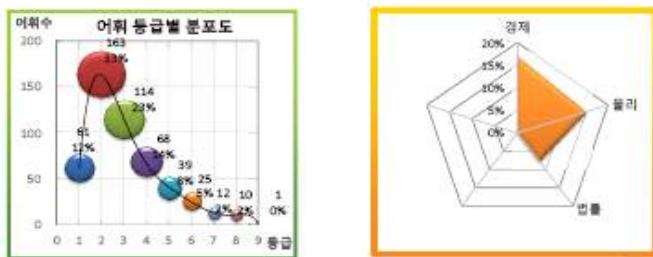


그림 1. <그래핀> 어휘 등급별 분포도와 전문어 분포도(신명선 외, 2015)

<그래핀>은 이처럼 해당 분야의 특성을 보여 주는 단어들과 전문어를 다수 포함하고 있어 해당 전문 분야에 대한 지식이 없이는 이해하기 어렵다. 이는 전문 분야의 논문 등에서 드러나는 특성과 유사하다.<sup>16</sup> 전술한 바 있지만, 보도자료가 갖는 이와 같은 특성은 보도자료

16 이러한 특성은 전문성이 많이 요구되는 부서 예컨대 고용노동부, 기획재정부, 미래창조과학부, 법무부, 보건복지부, 산업통상자원부 등과 같은 부처의 보도자료에서 두드러졌다. 실제 자료를 분석해보면, 문화체육관광부나 국방부(국방부 보도 자료의 경우 비공개되는 정보가 많아서인지 실제 보도자료를 보면 비교적 평이하고 쉬운 일상적 홍보 내용을 다루는 경우가 다수 존재한다.), 여성가족부 등과 같은 부처의 보도자료에서는 어려운 전문어의 비율이 비교적 낮았다. 이에 따라 전자 보도자료의 난이도가 후

를 단순한 행정 문서나 일반적 공문서로 이해하는 것보다 전문 분야의 특성을 지니는 전문 분야 텍스트로 이해하는 것이 훨씬 더 효율적임을 보여 준다. 전문어의 사용 비율은 보도자료 텍스트의 성격을 결정하는 중요 요인으로 판단된다.

한편 3장에서 기술한 것처럼 경제 분야 관련 단어들(‘경제, 시장, 산업, 투자’ 등)과 ‘돈’과 관련된 단어들(‘억04, 만06’, ‘원’)이 17개 부처 모든 보도자료에서 두드러지게 등장했는데 <그래핀>에서도 그러한 경향은 나타난다. 특히 마지막 네 번째 □는 ‘경제적 측면의 전망’으로 한정하여 기술되고 있으며 주요 내용은 예상되는 매출액이다(<그래핀>의 마지막 문장: ~ 2025년 매출 19조원, 약 5.2만명의 고용 창출이 가능할 것으로 기대된다). 이처럼 보도자료의 마지막 문단이나 문장을 예상되는 매출액이나 고용 창출 효과로 기술하는 경향은 <그래핀> 외 여러 보도자료에서 확인되었다.

보도자료는 그 어떤 텍스트보다도 상황성과 상호텍스트성이 두드러지는 텍스트이다. 보도자료가 보도를 목적으로 제시되는 행정 기관의 문서라는 사실은 보도자료 텍스트의 상황성을 이해할 때에 매우 중요하게 작용한다. 최근에는 인터넷을 통해 제공되기도 하는데, 누가 무엇을 누구에게 전달하고자 하느냐에 대한 상황 맥락이 매우 분명한 텍스트가 보도자료이다. 정책의 시행일 등은 실제로 구체적인 현실 상황에 영향을 미칠 수 있다.

참고로, 신명선·강보선·정지호(2015)의 보도자료 어휘 조사 결과에 의하면 ‘년02(年)(5위), 월02(月)10위), 일07(日)(21위’ 등은 보도자료의 대표적인 고빈도어이다. <그래핀>의 경우에도 정책의 시행일이 첫 문단(첫 번째 □)에 제시되고 있다(<그래핀>의 첫 번째 ○: ‘이는 지난 3월 24일 ~ ’).

보도자료는 신문이나 방송에 보도될 것을 의도하고 있기 때문에 기본적으로 상호텍스트성을 담보한다.<sup>17</sup> 경우에 따라서는 앞서 제시된 보

---

자보다 훨씬 높았다.

17 분량 관계상 배포 당일 <그래핀>과 관련하여 나온 주요 기사의 헤드라인만 살펴보

도자료와도 관련을 맺을 수 있다. 최근 인터넷의 발달로 보도자료 내용이 거의 그대로 인터넷 기사화되는 경향도 농후하다. 신명선·강보선·정지호(2015)에서도 언급된 것처럼 <그래핀>의 경우 배포 당일 크게 두 가지 방식으로 기사화되었다. 지디넷코리아, EBN 등(주로 인터넷 뉴스들)은 보도 자료를 거의 그대로(95% 이상) 기사화하였다.<sup>18</sup> YTN은 단신으로 핵심만 아주 짧게 제시하였다.<sup>19</sup>

## V. 결론을 대신하여: 보도자료 관련 연구의 지평과 확장

그간 보도자료에 대한 연구들은 보도자료의 공공언어성에 주목하여 보도자료가 모범성과 대중성을 갖기 위해서는 올바른 표현과 표기가 사용되고 대중들이 이해하기 쉽게 작성되어야 한다고 주장하였다. 그런데 지금까지 우리가 행한 보도자료 텍스트의 특징에 대한 연구 결과에 의하면, 그간의 이러한 정책 연구들은 몇 가지 한계를 노정할 수밖에 없다.

첫째, 보도자료의 복합적인 텍스트 생산 맥락을 고려하지 않은 제안이다. 앞의 2장에서 기술한 것처럼 보도자료 텍스트생산자는 이질적인 세 예상 독자를 상정하고 글을 작성하게 되는데, 이들이 우선적으로 고려하고 있는 예상 독자는 내부 직장 상사일 가능성이 높다. 따라서 ‘대중들이 이해하기 쉽게’라는 일방적 지침이 텍스트생산자에게 ‘무겁게’

---

면 다음과 같다.

꿈의 신소재 '그래핀'..19조 산업으로 육성2015.04.06 | 지디넷코리아 | 미디어다음

'꿈의 소재' 그래핀..10년 내 매출 19조 달성2015.04.06 | YTN | 미디어다음

'꿈의 소재' 그래핀, 800억 투자해 상용화 길 연다2015.04.07 | EBN

민·관 합동 꿈의 나노소재 '그래핀' 세계 시장 선점 나선다2015.04.07 | 웰빙코리아뉴스

산업통상자원부, 꿈의 나노소재 '그래핀' 민·관 합동으로 세계 시장 선점...2015.04.08 | 월간전자과학

꿈의 나노소재 '그래핀', 세계시장 선점할까2015.04.07 | 한국에너지

18 인터넷 기사들은 원 보도 자료를 거의 그대로 긁어 기사로 처리했다. 다수의 고난이도 어휘, 내용의 복잡도, 전문적 배경지식 요구 등 때문에 이 기사를 제대로 이해하기는 어렵다. 신속성이 중요한 인터넷 기사들이 원 보도 자료를 그대로 제시하는 하나의 이유일 수 있다. 이 보도 자료를 쉽게 독해할 수 있는 독자들이 많지 않다는 점에서 기사가 갖는 위상과 중요성은 낮을 수밖에 없다.(신명선·강보선·정지호, 2015 참조)

19 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등과 KBS, MBC, SBS 등은 기사화하지 않았다.

다가가기는 어렵다.

둘째, 보도자료가 매우 전문성이 높은 텍스트라는 점을 고려하지 않은 제안이다. 앞서 살펴본 것처럼 보도자료는 다수의 전문어와 사고도 구어를 포함하고 있다. 전문어 사정이 쉽지 않다는 점에서 단순히 쉬운 용어를 사용하라는 지침은 현실적으로 묵살되기 쉽다.

셋째, 각 기관별로 유지되어 온 오랜 글쓰기 관습과 텍스트생산자의 업무 상황을 고려하지 않은 제안이다. 보도자료 텍스트생산자는 대개 공무원들로서, 전문적인 작가와는 다르다. 이들 입장에서 보도자료를 작성할 때 참고할 수 있는 핵심 자료는 이전의 보도자료들이며, 그것들은 오랜 글쓰기 관습의 실체물이다. 답습과 모방은 이들의 글쓰기에 필연적이기 쉽다.

보도자료 텍스트의 특징을 고려하면서 보도자료 텍스트의 개선을 도모하고자 할 때 무게를 두어야 할, 보도자료의 중요한 특징은 오히려 보도자료가 텍스트생산자 중심의, 의도성이 지나치게 강조된 텍스트라는 점에 있다고 판단된다. 보도자료 텍스트생산자가 독자를 고려한 글쓰기를 하게 하려면 어떻게 해야 할까가 오히려 정책 논의의 초점이 되어야 한다.

그간 보도자료에 관한 정책 연구들은 보도자료의 정확한 언어 사용에만 주목해 왔다. 언어적 특징 그 자체에 대한 주목은 유의미하고 값지지만, 관련 정책 연구가 실질적인 성과를 거두기 위해서는 언어적 정확성을 넘어 텍스트생산자와 예상 독자에게까지 논의를 확대해야 한다. 보도자료를 작성하는 글쓴이와 읽을이를 논의로 끌어들여지 않은 채 언어 그 자체의 맞춤법, 띠어쓰기 교정에만 논의를 집중하는 것은 한계가 너무나 분명하다.

마찬가지로 언어를 바라보는 관점 역시 확대될 필요가 있다. 정확한 언어 사용뿐만 아니라 ‘기능적, 효과적 언어 사용’으로 논의를 확대해야 한다. 이는 맞춤법, 띠어쓰기 교정 이상의 논의가 필요함을 의미한다.

보도자료 관련 연구의 지평은 넓다. 보도자료 텍스트 그 자체에 대한 보다 심도 있는 텍스트언어학적 연구가, 보도자료의 텍스트 생산

맥락(텍스트생산자의 글쓰기 환경과 방식 등)과 수용 맥락(직장 상사, 기자, 일반 서민들의 보도자료 접근 방식과 읽기 방식 등)이 논의되어야 한다. 그리고 각 기관별로 정형화되어 있는 보도자료 텍스트구조의 틀 역시 논의에 끌어 들여야 한다. 보도자료를 작성하는 관련 공무원이나 기자, 시민들과의 면담 등도 수행될 필요가 있다.

보도자료의 텍스트언어학적 특징은 여러 가지 방면에서 수행될 수 있다. 특히 본고에서 다룬 어휘적 특징과 텍스트성에 대한 연구 역시 추후 보강될 필요가 있다. 각 기관별 특성이 두드러진다는 점에서 기관별 특성에 대한 개별적 정밀 분석도 요구된다. 본고는 신명선·강보선·정지호 (2015)에 제시된 조사 결과에 의지하면서 보도자료를 질적으로 면밀하게 분석하지 못했다. 빅 데이터를 기반으로 한 보도자료의 텍스트성 분석 연구는 본고보다 유의미한 결과를 제시해 줄 수 있을 것이다.

서론에서 언급한 것처럼 보도자료뿐만 아니라 공공언어 텍스트에 대한 연구는 좀더 다층적, 다방면으로 이루어질 필요가 있다. 그것이 정책 연구이건 일반 연구이건 마찬가지이다. 당위적 목표를 상정한 연구 이전에 텍스트 그 자체에 대한 객관적, 기술적 연구가 먼저 이루어질 필요가 있다.

본 논문은 2016.08.05. 투고되었으며, 2016.08.08. 심사가 시작되어 2016.09.06. 심사가 종료되었음.

## 참고문헌

- 구본관·제민경(2009), 「공공기관 서식·문서의 유형별·기관별 오류 분석 연구」, 국립국어원·한국어교육학회 공동 국제학술회의 자료집, 279-298.
- 권은정(1996), 「영국에 부는 쉬운 영어 운동 바람」, 『말』 126, 월간 말.
- 김광해(1993), 『국어 어휘론 개설』, 집문당.
- 김문오(2001), 『법조문의 문장 실태 조사』, 국립국어원.
- 김세중(2010), 「공공언어 정책의 방향과 계획」, 공공언어 개선을 위한 정책 토론회 자료집, 전국국어문화원 연합회, 83-88.
- 김태옥·이현호 공역(2002), 『텍스트언어학 입문』, 서울: 한신문화사  
(Beaugrande, R. A. & Dressler, W. (1981), *Introduction to Text Linguistics*).
- 민현식 외(2010), 『공공언어 요건 정립 및 진단 기준 개발 연구』, 국립국어원.
- 민현식 외(2011), 『행정 기관 보도자료 작성 지침』, 국립국어원.
- 박경현(1999), 「공용 문장 표현의 문제점 분석(1)」, 『경찰대학논문집』 19, 국립경찰대.
- 박재현·강남숙(2011), 「공공언어의 수준 평가를 위한 진단 지수 개발 연구」, 『인문연구』 62, 영남대학교 인문과학연구소, 123-156.
- 신명선(2004), 「국어 사고도구어 교육 연구」, 서울대학교 박사학위논문.
- 신명선·강보선·이기연(2016), 「보도자료에 대한 이해도 조사」, 『국어교육연구』 37, 서울대학교 국어교육연구소, 137-195.
- 신명선·강보선·정지호(2015), 「보도 자료 어휘 사용 양상 및 이해도 조사」, 국립국어원.
- 오현아(2010), 「공공 기관 서식 문석에 대한 국민들의 의식 및 이용 실태 연구」, 『선청어문』 37·38, 서울대학교 국어교육과, 133-178.
- 이관희(2010), 「공공 기관 서식·문서의 개선을 위한 국어 정책 시행 방향」, 『선청어문』 37·38, 서울대학교 국어교육과, 209-252.
- 이인제(2009), 「공공언어로서 교육 언어의 사용 실상과 개선 정책」, 공공언어 어떻게 할 것인가 학술대회 발표 자료집, 국립국어원 주최, 9-25.
- 이형래(2005), 「문식성 교육의 확장에 관한 연구 —공무원의 직업 문식성을 중심으로」, 『국어교육』 118, 한국어교육학회, 249-282.
- 장소원·양정호(2004), 「보도자료 텍스트의 특성 연구」, 『텍스트언어학』 17, 한

- 국텍스트언어학회, 281–308.
- 장후석(2010), 『공공언어 개선의 정책 효과 분석』, 국립국어원.
- 정희원(2003), 「공공 부문 언어의 문제점과 개선 방안」, 『새국어생활』 13–2, 국립국어원, 65–82.
- 조태린(2006), 『공공 기관 누리집의 언어 사용 실태』, 국립국어원.
- 조태린(2010), 「공공언어 문제에 대한 정책적 개입 방식」, 『한말연구』 27, 한말연구학회, 379–405.
- 조태린(2014), 『공공언어 지원 체계 개선 방안 연구』, 국립국어원.
- 최홍열·최윤(2014), 「공문서 작성법 교육 자료 개발을 위한 행정 기관 공문서 진단 및 평가」, 『어문론집』 58, 중앙어문학회, 53–75.
- 황용주(2011), 「한국의 언어 관리 정책」, 『국어문학』 50, 국어문학회, 23–45.

## 초록

### 보도자료 텍스트의 특성

#### 신명선

본고는 보도자료의 어휘 조사 결과와 관련 설문조사 결과를 바탕으로 그 텍스트적 특성을 분석, 정리한 것으로서, 논의의 기반이 된 주요 연구 성과를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 보도자료 종합 상위 100개 어휘들에 ‘사업, 지원, 계획, 추진하다, 정책’ 등등과 같은 단어들이 포진해 있었다. 이러한 단어들은 보도자료 생산의 목적이 주요 정책이나 사업을 소개하거나 홍보하는 데 있음을 잘 보여 준다.

둘째, 각 부처별 상위 100개 어휘들 중에는 각 부처의 특성을 보여주는 단어들이 대거 등장하였다. 관련하여 전문어의 사용 비율도 매우 높았다. 이는 보도자료가 학술논문처럼 전문적 성격을 농후하게 지니고 있음을 보여 준다.

셋째, 보도자료에는 한자어, 사고도구어, 명사 등이 다수 사용되고 있었다. 실제 자료를 살펴본 결과 명사 나열 어구도 다수 등장했다.

넷째, 보도자료의 독서지수, 어휘의 수준, 문장당 어절 수 등을 통해 보도자료 텍스트가 최소한 고2,3은 되어야 읽을 수 있는 높은 수준의 텍스트임을 알 수 있었다.

**핵심어** 보도자료, 텍스트, 전문어, 한자어, 독서지수, 어휘 등급, 문장당 어절 수, 사고도구어, 명사 나열 어구

## ABSTRACT

# A Research on the Distinguishing Characteristic of Press Release as a Text

Shin Myungsun

This paper analysed text's characteristic and the used vocabulary of press release. Findings related with the characteristic of the used vocabulary are as follows.

First, the top 100 vocabulary on the press release "is '사업 (business), 지원 (support), 계획 (planning), 정책 (policy)' and so on. These words show the purpose of the produced press releases to introduce or promote major policy or business.

Second, the top 100 in each government department during the vocabulary words has many technical words. This shows that the press release has rich professional personality as academic papers.

Third, press release has many Sino-Korean words and 'noun+noun+...' construction.

Fourth, through reading index, the level of vocabulary, and the number of phrase per sentence, press release is the high level text that can be read.

**KEYWORDS** press release, text, technical words, Sino-Korean word, reading index, vocabulary level, the number of phrase per sentence, academic words, 'noun+noun+...' construction

## <부록>

### 꿈의 나노소재 “그래핀”, 만관 합동으로 세계 시장 선점한다.

- 2025년 매출 19조원, 5.2만명 고용 창출 목표 -

- 미래창조과학부(장관 최양희)·산업통상자원부(장관 윤상직)은 경제혁신 3개년 계획의 핵심 과제인 ‘미래대비’ 투자를 위해 「그래핀 사업화 촉진 기술 로드맵」을 공동으로 마련하고, 제8회 국과과 학기술심의회 의결(15.04.06)을 거쳐 확정·발표하였다.
- 이는 지난 3월 24일 미래부와 산업부가 공동으로 발표한 「19대 미래성장동력-산업엔진 종합실천 계획」을 뒷받침해 우리나라를 미래소재 기술 4대 강국과 소재산업 선도국으로 도약시키기 위해 수립되었다.
- 우리나라는 그래핀에 10여년 이상의 연구투자로 세계 최고수준의 기술력(세계 1위~2위)과 충분한 수요기반(휴대폰·디스플레이·이차전지 등)을 확보하고 있어, 우리나라 주도의 신시장 창출이 가능한 분야로 전망된다.
  - \* 그래핀은 탄소원자들이 6각형 벌집구조로 배열된 2차원구조의 원자막으로, 전류수송(구리의 150 배), 강도(강철의 200배) 투명도(98%) 등의 물성이 우수한 소재
- 그러나, 고품질의 그래핀을 저가격·연속적으로 양산하는 기술은 아직 개발되지 않아, 그래핀 응용제품의 상용화까지는 기술적 어려움이 있다. 또한, 저품질 그래핀을 응용한 인쇄전자용 잉크의 시장이 형성되는 등 그래핀 응용제품의 시장형성 가시화에 따른 대응이 필요한 상황이다.
- 원소재 생산기술을 확보하지 못한 상황에서 유연(flexible) 디스플레이, 차세대 배터리 등 미래시장이 형성될 경우, 기존 반도체, 디스플레이와 같이 응용제품은 세계 1위이나 핵심 소재를 외국에 의존하는 상황이 반복될 수 있어서 전주기 통합·연계전략이 필요하다.
- 이에 미래부와 산업부는 상용화의 걸림돌을 해소하기 위해, 지난해 8월부터 전문가 의견수렴을 거쳐, 원소재 생산, 측정·규격화, 응용제품의 전주기 통합·연계 연구개발지원을 주요 내용으로 하는 「그래핀 사업화 촉진 기술 로드맵」을 수립하였다.
- 첫째, 그래핀 원소재 공급체계를 구축한다. 고품질 그래핀 원소재를 경제성 있는 비용으로 양산할 수 있는 핵심기술 확보를 위해, 최종 수요기업 또는 잠재적 수요기업 협의체가 세부목표를 설정하고 사업화를 위해 필요한 세부 기술군 단위로 산·학·연 통합형 기술개발을 추진할 계획이다.
  - 저렴한 비용으로 대량 생산이 가능할 수 있어 인쇄전자용 잉크, 고강도·경량 복합재료, 전자파 차폐 등에 응용이 가능한 플레이크<sup>®</sup>의 경우 고품질 그래핀 원소재 제조 및 중간재(잉크·페이스트) 제조기술 확보를 지원한다.

- \* 흑연 결정으로부터 직접 박리하는 방법으로 생산되며, 국내 특허 수는 세계 2위임
- 전기적 특성이 우수하여 투명전극, 플렉시블 디스플레이, 에너지용 전극 소재 등에 응용이 가능한 시브이디(이하, 'CVD') 그래핀<sup>\*\*</sup>의 경우, 무결함(no defects) 대면적(大面積) 합성 기술 확보를 지원한다.
- \*\* Chemical Vapor Deposition(탄소를 가스화하여 금속 표면에 증착), 국내 특허 수는 세계 1위임
- 둘째, **그래핀 소재의 신뢰성을 확보한다.** 그래핀 소재의 품질 문제를 해결하기 위해 규격화 및 실시간 측정기술 개발을 지원할 계획이다.
- 나노미터 수준의 크기를 갖는 그래핀은 **약간의 크기·두께 변화에 의해서도 물질특성이 크게 변화**하므로 상용화 촉진을 위해서 **옹용소재별 규격 설정 및 신뢰성 평가기술 개발과 품질관리를 위한 측정기술 개발**을 추진한다.
- ※ (플레이크) 물성의 대량 신뢰성 평가기술, (CVD 그래핀) 비파괴 실시간 품질평가 기술 등
- 셋째, **그래핀 응용제품의 전략적 상용화**이다. 국내 기술수준과 시장성장 가능성이 높은 6대 응용제품<sup>\*</sup>을 선정하여 조기상용화를 지원할 계획이다.
- \* ①복합소재(전자파차폐용필름, 고내식강판용코팅제, 고기능성배리어복합필름), ②디스플레이(터치페널용필름, 오엘리디(OLED)패널용필름), ③에너지(슈퍼커패시터전극)
- 원소재 생산에서 사업화까지 전주기에 걸친 산학연 컨소시엄을 구성하여, 요소기술별 역할분담을 통한 통합적 기술개발로 사업화 기간을 단축하고 성공률을 제고하는 한편, **최종 수요기업을 참여시켜서 신소재 제품 개발에 가장 큰 위험 요소인 판로 확보 문제를 해소하고 원소재 양산체계 구축을 위한 제품적용 테스트를 병행**할 계획이다.
- 동 로드맵에 따라 민관이 협력<sup>†</sup>하여 그래핀 기술개발 및 사업화를 추진할 계획이며, **2020년까지 그래핀 핵심기술 85개를 확보**할 수 있을 것으로 기대한다. 이에 따라 그래핀 원소재의 품질 및 경제성이 확보된다면 수입에 의존하고 있는 휴대폰, 디스플레이 등의 핵심 부품소재(아이티오(ITO)<sup>\*\*</sup> 등)를 대체하고, 그래핀 시장 선점 및 산업 생태계 주도권 확보에 있어 유리한 고지에 오를 수 있을 것으로 예상된다.
- \* 정부(미래부, 산업부)·과제 참여기관·수요기업이 참여하는 '수요반영위원회'를 과제 구성단계부터 운영하고, 과제를 산학연 컨소시엄을 구성하여 추진
- \*\* ITO필름은 터치페널, 디스플레이 등의 핵심 부품으로 일본이 원천기술을 보유하고 전 세계에 독점 공급 중
- 경제적 측면에서는 **2017년 전자파차폐 코팅제 분야에서 첫 매출 발생**을 목표로 하고 있으며, 디스플레이, 에너지 전극 등에 활용할 수 있는 세계시장 선도형 일등 제품을 개발이 이루어짐으로써 **2025년 매출 19조원, 약 5.2만명의 고용 창출**이 가능할 것으로 기대된다.