

|        |
|--------|
| 발간등록번호 |
|--------|

|                      |
|----------------------|
| 11-1371577-000053-01 |
|----------------------|

# 한글과 한글문화에 관한 국민 의식 기초 조사 연구

2018. 12.



국립한글박물관  
National Hangeul Museum



# 제 출 문

국립한글박물관장 귀하

본 보고서를 “한글과 한글문화에 대한 국민 의식 조사 기초연구” 용역 사업의 최종 보고서로 제출합니다.

2018. 12. 28.

---

(주)현대리서치연구소 - 일반국민, 전문가 조사

- 연구책임자 : 윤지환
- 연구원 : 조남주
- 연구원 : 박성훈
- 연구원 : 인선영

(주)아르스프락시아 - 빅데이터 분석

- 책임연구원 : 김도훈
  - 연구원 : 김유정
  - 연구원 : 나세훈
  - 연구원 : 조용건
-

이 연구는 2018년도 국립한글박물관 연구개발비로 수행되었으며,  
본 연구에서 제시된 정책 제안이나 의견 등은 국립한글박물관의  
공식의견이 아니라 본 연구진들의 개인 견해를 밝혀 둡니다.

## 요약문

### 1. 일반국민

- 한글과 한글문화에 대한 국민의 인식과 태도, 한글의 사용 실태 등을 파악하기 위해 일반국민 1,000명을 대상으로 온라인 조사를 실시한 결과는 아래와 같다.
- 우리나라 국민의 88.9%가 ‘한글, 한글과 관련된 문화’에 대해 관심을 갖고 있다고 응답했다. 한글은 ‘아름답고’(92.1%) ‘과학적’(91.8%), ‘현대적’(86.6%), ‘세계에서 가장 뛰어난 문자’(86.%)라는 의견에 대다수가 동의했으며, ‘한글은 나를 표현하는 도구’(73.2%)이며 ‘한글을 좋아한다’(89.1%)며 높은 일체감을 나타냈다.
- ‘아래아 한글, 워드 등 문서 작성 프로그램’을 사용하는 비율은 82.1%로 나타났으며, 이 가운데 ‘맞춤법 검사 기능’을 이용한다는 응답이 63.9%로 높게 나타났다. 문서 작성 시 이용한 글꼴은 ‘바탕글 한 가지’가 11.7%, ‘두 가지’가 41.4%였으며, 세 가지 이상을 사용한다는 응답이 46.8%로 응답되었다. 인터넷 모바일 환경 아래 국민이 한글을 읽고 쓰는 시간이 늘어남에 따라 글꼴 사용에 대한 관심도 높은 것으로 나타났다.
- 평소 한글에 영문, 한자 등을 섞어 쓴다는 응답이 60.7%이었으나, 서명할 때는 ‘한글로만 서명’한다는 비율이 60.6%로 가장 많았다.
- 한국에서 한국 회사명이나 상표 등을 영문(로마자)로 쓰는 일에 대해 ‘세계화 시대에 어쩔 수 없다’는 응답이 50.0%로 ‘한글로 표기해야 한다’(44.9%)는 의견보다 다소 많았다. 이와 관련하여 ‘우리나라 제품은 한글로 적는 게 좋다’는 의견에는 찬반이 비슷했으며, ‘외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다’에는 찬성이 다소 많았다.
- 한글을 국보로 지정한다면 (국보에 등급이 있다면) 1등급이 적당하다는 의견이 80.3%로 대다수를 차지했다. 만약 한글이 창제되지 않고 한자를 계속 써왔다면 일반국민의 문해력은 ‘낮은 수준’일 것이라는 의견이 54.4%로 나타났다.

## 2. 전문가

- 한글문화의 범주, 한글박물관의 역할 등에 관해 언어학, 문화예술, 언론출판계 전문가 15명을 심층 면접한 결과는 아래와 같다.
- 한글문화를 한글이라는 문자로써 구별되는 문화로 볼 것인가, 한국어를 표현하는 언어 문화의 하위 개념으로 볼 것인가에 따라 한글문화의 범주에 대한 강조점이 달라진다. 한글을 이용한 문화라는 측면을 강조할 때는 글꼴, 디자인 등 문자의 시각적, 조형적 측면이 중시되고, 언어문화의 측면을 강조할 때는 문학이나 책 등 일정한 글쓰기 양식이나 그 성과물이 중요하다. ‘한국문화 - 한국어문화 - 한글문화’의 위상과 관계에 대한 정립이 필요하다.
- 한글문화를 창조하는 주체를 묻는 질문에는 세대(연령대)를 가장 중요한 속성으로 꼽았다. 모바일, 컴퓨터와 가깝고 끊임없이 변화를 추구하는 젊은 세대(청소년, 학생 등)의 특성상 새로운 표기, 표현을 활발히 만들어 낸다고 답했다. 직업군이나 직종으로는 여러 분야의 시각 디자이너, 폰트 개발자 등을 한글문화의 주요한 창작 주체라고 꼽았다.
- 외국인에게 흥미를 주는 요소로 한글 문자의 조형적 특징(모아쓰기 등)과 ‘한글 창제 이야기’를 들었다. 한글문화의 매력은 한국문화(특히 한국 대중문화)에 대한 관심이 선행되고 난 뒤에 접하게 될 것이라고 보았다.
- 전문가들은 국립한글박물관이 해야 할 사회적 기능으로 역사와 현재를 조화접목시키는 것을 가장 크게 꼽았다. 특히 현재 우리가 창조하고 발전시키고 향유하는 한글문화의 창조적 역동성을 잘 보여 주는 기획의 필요성을 강조하였다. 한글박물관이 능동적인 교육 기관으로서의 역할을 수행해야 한다는 요구도 많았다.
- 국립한글박물관은 한글 또는 한글문화와 관련된 모든 것들이 모여서 서로 자극을 주고받고 이를 통해 새로운 창조가 이루어지도록 주도하는 플랫폼 역할을 해야 함을 강조했다.
- 국립한글박물관의 이용자별 운영 목표로, 연령대에 상관없이 가장 많이 나온 의견은 한글 박물관이 교육의 장으로 기능해야 한다는 것이었다. 대부분의 전문가가 이용자 연령대에 상관없이, 상호작용이 많은(체험형, 참여형, 스마트형) 재미있는 프로그램을 강조했다.

### 3. 빅데이터 분석

- 2014년부터 2018년까지의 네이버 블로그 약 14만 건과 뉴스 3천 건을 수집, 분석한 결과는 다음과 같다.
- ‘한글문화’와 관련된 키워드들을 분석한 결과, 국민들은 ‘한글’ 문자 자체보다는 행사나 사건의 맥락에서 언급하고, 특정 계기를 바탕으로 한글에 대해 언급하였다. 언론은 비교적 규범적인 관점에서 한글에 대해 언급하였다.
  - 외국여행, 한글 관련 프로그램이나 축제, 박물관 방문 등의 계기를 통해 한글의 가치를 재인식하고 긍정 표현을 사용하는 경향이 있었다.
  - 또한 한글 사용 측면에서 한글의 조형적, 시각적 측면이 반영된 상품이나 전시회 등에 높은 반응을 보였다.
- ‘한글 변동상’과 관련된 키워드들을 분석한 결과, 초기 온라인에서 일부 청소년에게 사용되던 표현이 유행으로 변지며 오프라인에서 사용된 변화의 과정이 관찰되었고, 이에 국민들은 일시적 유행 현상으로 중립적 태도를 보였고, 언론은 계도적인 관점에서 변동상에 대해 비판했다.
  - 한글 변동상이 유행 현상이 되며 상품 표기에 적용된 사례가 등장하였으나, 해당 표기에 대한 부정적 의견은 적었다.
  - 언론은 초기에는 유보적인 태도로 현상을 해석하였으나, 유행이 뒀에 따라 말하기, 쓰기 습관에 부정적인 영향을 미칠 것을 우려하였다.
- ‘한글박물관’에 대해 분석한 결과, 한글박물관은 한글에 대한 가치를 재인식하는 공간이었다. 전시 중에서는 주로 한글의 디자인과 관련된 전시가 높은 반응을 얻었다. 또한 박물관과 함께 체험 콘텐츠에 대해 주로 언급하였다. 하지만, 이 콘텐츠가 ‘한글박물관’의 고유한 것이라고 인식하지는 않는 현상을 보였다.
  - 또한 아래아 한글 1.0과 같은 한글문화의 현대적 해석 콘텐츠에 대해 높은 반응을 보이고 있었다.

## 4. 시사점

### 가. 한글문화의 정의

- 심층면접에 앞서 전문가 15명에게 ‘한글문화’의 정의에 대해 7개의 보기를 주고 질문한 결과, ‘한글을 매개로 이루어진 모든 것’(5명)과 ‘한글을 기반으로 이루어진 문자, 예술, 언어로서의 문화’(4명)라는 2개의 보기가 다수를 차지하였다. 그러나 7명은 다른 보기를 선택하였는데, 이는 각 전문가들의 활동 영역이 다양한 점에 말미암은 것으로 보인다. 문화 또는 하위문화의 정의는 국어국문학이나 언어학, 예술 창작의 영역에서 전문적으로 다루어지는 것이 아니므로 차기 연구에서는 문화인류학 및 인접 분야 전문가들만의 참여로 한글문화의 정의를 탐구할 필요가 있어 보인다.
- 이와 별도로, 한글문화가 디자인 요소로서의 기능까지 포함하는 포괄적 문자로서의 한글을 중심으로 한 하위문화인지, 언어문화의 일부로서의 문화(2차 하위문화)인지에 따라 한글문화의 구성요소 및 한글박물관의 역할이 달라질 수 있어 보인다.

### 나. 한글에 대한 인식

- 국민들은 한글에 대해 매우 높은 관심을 나타냈다. 맞춤법과 띄어쓰기 등 한글 사용에 대한 실용적 관심과 문화유산으로서의 한글, 소통과 표현 도구로서의 한글에 대해서도 관심이 높았다. 또한 한글의 우수성 등에 대한 자부심과 표현 도구로서의 일체감도 높았다.
- 이러한 점에 대해 전문가들은 한글의 우수성에 대한 교육과 홍보의 영향이 크다고 분석하면서 국민들이 실제로는 한글이 왜 우수하고 어떻게 과학적인지 구체적으로는 잘 모르고 있다고 지적했다. 구체적인 내용을 제대로 알지 못하는 상태에서의 자부심이 자칫 맹목적인 한글 찬양으로 흐르지 않을까 하는 우려하는 목소리도 있었다. 한편으로, 이러한 점이야말로 국립한글박물관이 존재하는 이유이며 이에 대한 구체적인 전시와 기획이 필요하다고 제안했다. 더 나아가서 한글이 시민 교양의 필수 과정으로, 인문학적 탐구의 대상이 되기를 기대했다.



## 다. 한글 사용 실태

- 인터넷·모바일 환경으로 인해 국민이 한글을 읽고 쓰는 시간이 늘어나는 것으로 조사되었다. 전문가들은 국민들이 SNS를 많이 하다 보니 ‘제대로 된 긴 글’을 못 쓰는 현상이 있으며, 여러 가지 형태의 글쓰기 강좌를 개설해 우리 사회의 소통에 이바지해야 한다고 지적했다. 그러나 이 자체를 한글박물관의 중심 역할로 보기보다는, 한글박물관이 ‘한글’이라는 문자를 매개로 우리 사회의 세대 간, 계층 간 소통에 어떻게 기여할 수 있을지에 대해 고민해 줄 것을 주문하는 것이라고 본다.
- 한편 컴퓨터를 이용한 문서 작성이 많아짐에 따라, 또한 플래카드나 전단지 등 텍스트를 이용한 광고, 선전 등이 늘어남에 따라 일반 국민도 글꼴에 대해 민감하고 관심이 커졌다. 한글 글꼴은 한글문화의 대표적 요소이므로 한글박물관이 글꼴 개발을 지원하거나 기준을 마련하는 데에 일정한 역할을 할 필요가 있다는 의견이 제기되었다.

## 라. 한글 사용에 대한 인식

- 국민의 상당수가 이른바 급식체나 야민정음 등 변용어를 접하고 사용한 경험을 가지고 있지만, 한글 변용에 대해서는 바람직하지 않다는 규범적, 보존적 인식을 가지고 있다. 그러나 전문가들은 한글의 변용은 예부터 있어온 자연스러운 일이며 언제나 일어나는 현상이라고 평가했다. 한편 빅데이터 분석 결과에서도 일반국민은 규범을 지켜야 한다는 태도를 보인 것과는 달리 ‘새롭다’, ‘유행’, ‘대화’ 등의 긍정적인 공기어가 더 많이 등장하였다.
- 한글, 로마자, 기호, 이모티콘 등 다양한 표현 체계를 섞어 쓰려는 시도가 점점 다양해지고 있고, 일반 국민들도 이에 호응하는 태도를 보인다. 다만, 로마자를 직접 노출하는 문자 혼용과 야민정음과 같은 한글 변용이 현상적으로는 서로 다른 것인데, 국민의 의식에서 한 데 묶이는 것인지 아닌지에 대해서는 좀 더 전문적인 논의가 필요해 보인다.

## 마. 국립한글박물관

- 전문가들이 국립한글박물관에 대해 요구하는 기능으로는, 자료 수집과 연구, 동시대성의 강화, 교육 기능, 한글과 관련된 플랫폼의 역할 등을 들 수 있다. 음성언어가 한글문화의 요소이나 여부를 떠나서 한글박물관에서 수집하는 게 좋다는 의견이 다수로 나타나듯이 한글박물관에 바라는 사회적 기능과 역할은 크고 많다. 이러한 의견은 향후 국립한글박물관이 발전하기 위한 방편으로 문자 박물관에서 벗어나 문자 및 언어 박물관으로서 확대 개편하는 방안을 강구하는 근거가 될 수 있다고 본다.
- 이용자를 대상으로 상호작용이 많은 체험형, 참여형, 스마트형 프로그램에 대한 요구가 많았다. 빅데이터 조사 결과에서도 ‘체험’의 중요성이 많이 나타났다. 앞으로 다양한 체험형 전시, 교육, 강좌 등이 보충될 수 있도록 연구 개발 노력을 경주해야 할 것이다.

# 목 차

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. 연구 개요</b>                              | <b>1</b>  |
| 1. 연구 목적                                     | 3         |
| 2. 연구 범위 및 방법                                | 4         |
| <b>II. 일반인 조사</b>                            | <b>5</b>  |
| <b>제1장. 조사 개요</b>                            | <b>7</b>  |
| 1. 조사 내용                                     | 7         |
| 2. 자료 처리 및 분석 방법                             | 7         |
| 3. 응답자 특성                                    | 8         |
| <b>제2장. 주요 결과 요약</b>                         | <b>10</b> |
| 1. 한글에 대한 인식                                 | 10        |
| 2. 한글 사용 실태                                  | 12        |
| 3. 상표 등에서의 한글 사용                             | 13        |
| 4. 대중 매체에서의 한글 사용                            | 14        |
| 5. 한글의 가치                                    | 15        |
| 6. 국립한글박물관 관련                                | 16        |
| <b>제3장. 결과 분석</b>                            | <b>17</b> |
| 1. 한글에 대한 인식                                 | 17        |
| 2. 한글 사용 실태                                  | 48        |
| 3. 한글 사용에 대한 태도: (한국에서) 상표, 회사 이름 등에서의 한글 표기 | 70        |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 4. 대중 매체에서 한글 사용 ..... | 80  |
| 5. 한글의 가치 .....        | 94  |
| 6. 국립한글박물관 .....       | 105 |

### Ⅲ. 전문가 조사 ..... 113

#### 제1장. 조사 개요 ..... 115

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 1. 전문가 면접 조사의 목적 ..... | 115 |
| 2. 전문가 면접 진행 절차 .....  | 115 |
| 3. 결과 분석 시 유의점 .....   | 115 |
| 4. 전문가 조사 대상자 .....    | 116 |
| 5. 조사 내용 .....         | 117 |
| 6. 응답자 특성 .....        | 118 |

#### 제2장. 조사 결과 ..... 119

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 1. 사전조사 .....      | 119 |
| 2. 전문가 면접 조사 ..... | 123 |

#### 제3장. 전문가 면담 요약본 ..... 136

### Ⅳ. 빅데이터 분석 ..... 181

#### 제1장 조사 개요 ..... 183

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 1. 조사 목적 .....         | 183 |
| 2. 조사 개요 .....         | 183 |
| 3. 자료 처리 및 분석 방법 ..... | 184 |

#### 제2장. 조사 결과 요약 ..... 186

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 1. 한글문화에 대한 인식 .....   | 186 |
| 2. 한글 변동상에 대한 인식 ..... | 188 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 3. 국립한글박물관에 대한 인식 ..... | 189 |
|-------------------------|-----|

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>제3장. 결과 분석 .....</b> | <b>190</b> |
|-------------------------|------------|

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 1. 시계열 분석 .....         | 190 |
| 2. 단어 빈도수 및 감성 분석 ..... | 196 |
| 3. 의미망 분석 .....         | 214 |

|                    |            |
|--------------------|------------|
| <b>V. 결어 .....</b> | <b>221</b> |
|--------------------|------------|

|          |     |
|----------|-----|
| 결어 ..... | 223 |
|----------|-----|

**부록 설문지**

## 표 목 차

|   |    |
|---|----|
| 〈표 Ⅰ-1〉 연구 범위 및 방법 .....                            | 4  |
| 〈표 Ⅱ-1-1〉 일반국민 대상 조사 내용 .....                       | 7  |
| 〈표 Ⅱ-1-2〉 일반국민 대상 조사 응답자 특성 .....                   | 8  |
| 〈표 Ⅱ-1-3〉 일반국민 대상 조사 응답자 특성_계속 .....                | 9  |
| 〈표 Ⅱ-3-1〉 한글에 대한 관심 .....                           | 18 |
| 〈표 Ⅱ-3-2〉 한글에 대한 관심 분야_한글의 역사 .....                 | 20 |
| 〈표 Ⅱ-3-3〉 한글에 대한 관심 분야_한글 창제의 원리 .....              | 21 |
| 〈표 Ⅱ-3-4〉 한글에 대한 관심 분야_한글 맞춤법과 띄어쓰기 .....           | 22 |
| 〈표 Ⅱ-3-5〉 한글에 대한 관심 분야_한글 교육 .....                  | 23 |
| 〈표 Ⅱ-3-6〉 한글에 대한 관심 분야_한글 글꼴(폰트) .....              | 24 |
| 〈표 Ⅱ-3-7〉 한글에 대한 관심 분야_붓글씨, 캘리그라피 등 한글 작품 .....     | 25 |
| 〈표 Ⅱ-3-8〉 한글에 대한 관심 분야_급식체, 야민정음 등 유행하는 글자 장난 ..... | 26 |
| 〈표 Ⅱ-3-9〉 한글에 대한 인식_한글은 아름다운 글자이다 .....             | 28 |
| 〈표 Ⅱ-3-10〉 한글에 대한 인식_한글은 과학적인 글자이다 .....            | 29 |
| 〈표 Ⅱ-3-11〉 한글에 대한 인식_한글은 현대적이다 .....                | 30 |
| 〈표 Ⅱ-3-12〉 한글에 대한 인식_한글은 경제적이다 .....                | 31 |
| 〈표 Ⅱ-3-13〉 한글에 대한 인식_한글은 세계에서 가장 뛰어난 문자이다 .....     | 32 |
| 〈표 Ⅱ-3-14〉 한글에 대한 인식_한글 글자는 배우기 쉽다 .....            | 33 |
| 〈표 Ⅱ-3-15〉 한글에 대한 인식_한글은 손글씨로 예쁘게 쓰기 어렵다 .....      | 35 |
| 〈표 Ⅱ-3-16〉 한글에 대한 인식_한글은 자유롭게 디자인하기 어렵다 .....       | 36 |
| 〈표 Ⅱ-3-17〉 한글에 대한 인식_한글은 글자 모양이 딱딱하다 .....          | 37 |
| 〈표 Ⅱ-3-18〉 한글에 대한 인식_한글로 만든 무늬나 디자인은 왠지 촌스럽다 .....  | 38 |

|  |    |
|--|----|
| 〈표 II-3-19〉 한글에 대한 인식_                             |    |
| 한글로 만든 디자인보다 영문자로 만든 디자인이 멋있어 보인다                  | 39 |
| 〈표 II-3-20〉 한글에 대한 인식_나는 한글을 좋아한다                  | 41 |
| 〈표 II-3-21〉 한글에 대한 인식_한글은 즐거움을 준다                  | 42 |
| 〈표 II-3-22〉 한글에 대한 인식_한글은 나를 표현하는 도구이다             | 43 |
| 〈표 II-3-23〉 한글의 범위                                 | 45 |
| 〈표 II-3-24〉 한글과 한국어의 구별                            | 47 |
| 〈표 II-3-25〉 한글을 읽는 시간_종이로 보는 글                     | 49 |
| 〈표 II-3-26〉 한글을 읽는 시간_인터넷, 스마트폰으로 보는 글             | 50 |
| 〈표 II-3-27〉 한글을 쓰는 시간_공식적인 글쓰기                     | 52 |
| 〈표 II-3-28〉 한글을 쓰는 시간_개인적인 글쓰기                     | 53 |
| 〈표 II-3-29〉 한글 문서 작성 프로그램 이용                       | 55 |
| 〈표 II-3-30〉 한글 문서 작성 프로그램 이용_맞춤법 검사 기능             | 57 |
| 〈표 II-3-31〉 한글 문서 작성 프로그램 이용_문서 작성 글꼴 수            | 59 |
| 〈표 II-3-32〉 한글 문서 작성 프로그램 이용_글꼴을 바꿔 쓰는 이유          | 61 |
| 〈표 II-3-33〉 문서 작성 프로그램의 기본 글꼴에 대한 생각               | 63 |
| 〈표 II-3-34〉 기본 글꼴 외 유/무료 글꼴 이용                     | 65 |
| 〈표 II-3-35〉 한글과 다른 문자의 혼용                          | 67 |
| 〈표 II-3-36〉 서명 시 한글/외국문자 이용                        | 69 |
| 〈표 II-3-37〉 한국에서 한국 회사명/상표명의 표기방식                  | 71 |
| 〈표 II-3-38〉 상품/회사명의 표기_우리나라 제품은 무조건 한글로 적는 게 좋다    | 73 |
| 〈표 II-3-39〉 상품/회사명의 표기_외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다    | 74 |
| 〈표 II-3-40〉 상품/회사명의 표기_우리말로 된 제품이나 상호는 한글로 적는 게 좋다 | 75 |
| 〈표 II-3-41〉 회사명/상품명의 한글/영문 표기                      | 77 |
| 〈표 II-3-42〉 한글 소재 상품에 대한 의견                        | 79 |
| 〈표 II-3-43〉 예능 프로그램에서의 맞춤법에 대한 의견                  | 81 |
| 〈표 II-3-44〉 영화, 드라마에서의 맞춤법에 대한 의견                  | 83 |
| 〈표 II-3-45〉 한글 변용어의 사용실태_ㄹㅇ(레알), ㅇㅈ(인정)            | 85 |
| 〈표 II-3-46〉 한글 변용어의 사용실태_땡땡이(멍멍이), 머대리(대머리)        | 86 |

|  |     |
|--|-----|
| 〈표 II-3-47〉 한글 변용어의 사용실태_                              |     |
| 친그등록_ㅎ(주)λ 1 ㄱㅇ즈1홍?(친구 등록해 주세요) .....                  | 87  |
| 〈표 II-3-48〉 한글의 변용에 대한 의견_소통의 재미를 위한 것이므로 별 문제 없다 .... | 89  |
| 〈표 II-3-49〉 한글의 변용에 대한 의견_한글을 파괴하는 행위이므로 바람직하지 않다 ..   | 90  |
| 〈표 II-3-50〉 한글의 변용에 대한 의견_                             |     |
| 일시적 유행이므로 그냥 놓아두면 사라질 것이다 .....                        | 91  |
| 〈표 II-3-51〉 한글의 변용에 대한 의견_                             |     |
| 나중에 한글이 변형될 수 있으므로 쓰지 않도록 하는 것이 좋다 .....               | 92  |
| 〈표 II-3-52〉 한글의 변용에 대한 의견_                             |     |
| 일종의 암호로서 모르는 사람을 소외시키므로 좋지 않다 .....                    | 93  |
| 〈표 II-3-53〉 한글의 가치 .....                               | 95  |
| 〈표 II-3-54〉 한글이 창제되지 않았을 경우, 국민들의 글에 대한 이해 수준 .....    | 97  |
| 〈표 II-3-55〉 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준_                 |     |
| 한국인으로서의 정체성 유지 .....                                   | 99  |
| 〈표 II-3-56〉 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준_경제적 발전 .....     | 100 |
| 〈표 II-3-57〉 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준_문화의 보존발전 .....   | 101 |
| 〈표 II-3-58〉 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준_민주주의의 발전 .....   | 102 |
| 〈표 II-3-59〉 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준_                 |     |
| 우리 사회 구성원 간의 소통 .....                                  | 103 |
| 〈표 II-3-60〉 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준_                 |     |
| 남북한 국민의 동질성 유지 .....                                   | 104 |
| 〈표 II-3-61〉 국립한글박물관 인지도 .....                          | 106 |
| 〈표 II-3-62〉 국립한글박물관 방문경험 .....                         | 108 |
| 〈표 II-3-63〉 권유/관람 희망 전시 프로그램 .....                     | 110 |
| 〈표 II-3-64〉 권유/관람 희망 전시 프로그램(계속) .....                 | 111 |
| 〈표 II-3-65〉 권유/관람 희망 전시 프로그램(계속) .....                 | 112 |
| 〈표 III-1-1〉 전문가 조사 대상자 명단 .....                        | 116 |
| 〈표 III-1-2〉 전문가 사전조사 내용 .....                          | 117 |
| 〈표 III-1-3〉 전문가 인터뷰 내용 .....                           | 117 |



|  |     |
|--|-----|
| 〈표 Ⅲ-1-4〉 전문가 응답자 특성 .....               | 118 |
| 〈표 Ⅲ-2-1〉 ‘한글문화’의 정의 .....               | 120 |
| 〈표 Ⅲ-2-2〉 한글문화의 세부 요소_기타 응답 .....        | 121 |
| 〈표 Ⅲ-2-3〉 ‘한글문화’의 범주에 대한 전문 분야별 의견 ..... | 124 |
| 〈표 Ⅲ-2-4〉 한글문화의 대표 요소와 쟁점 요소 .....       | 125 |
| 〈표 Ⅲ-2-5〉 주목할 만한 한글문화 요소 .....           | 127 |
| 〈표 Ⅲ-2-6〉 한글문화의 주요 창조 주체 .....           | 128 |
| 〈표 Ⅲ-2-7〉 한글문화의 향유 방식 .....              | 129 |
| 〈표 Ⅲ-2-8〉 외국인이 느끼는 한글문화의 매력 .....        | 130 |
| 〈표 Ⅲ-2-9〉 한글박물관의 사회적인 기능 .....           | 132 |
| 〈표 Ⅲ-2-10〉 한글박물관과 음성언어 자료 .....          | 133 |
| 〈표 Ⅲ-2-11〉 한글박물관의 운영 목표 .....            | 135 |
| 〈표 Ⅳ-1-1〉 1차 빅데이터 조사 내용 .....            | 183 |
| 〈표 Ⅳ-1-2〉 2차 빅데이터 조사 내용 .....            | 184 |
| 〈표 Ⅳ-3-1〉 한글 관련 키워드 분석 .....             | 197 |
| 〈표 Ⅳ-3-2〉 한글의 역사 관련 키워드 분석 .....         | 199 |
| 〈표 Ⅳ-3-3〉 한글 관련 이슈에 대한 키워드 분석 .....      | 201 |
| 〈표 Ⅳ-3-4〉 한글문화 관련 뉴스 데이터 분석 .....        | 203 |
| 〈표 Ⅳ-3-5〉 한글 변동상 관련 키워드 분석 .....         | 205 |
| 〈표 Ⅳ-3-6〉 한글 변동상 관련 언론 분석 .....          | 207 |
| 〈표 Ⅳ-3-7〉 국립한글박물관 관련 키워드 분석 .....        | 209 |
| 〈표 Ⅳ-3-8〉 국립한글박물관 관련 언론 키워드 분석 .....     | 211 |
| 〈표 Ⅳ-3-9〉 2차 빅데이터 조사 키워드 분석 .....        | 213 |

## 그림목차

|   |    |
|---|----|
| 〈그림 II-2-1〉 한글에 대한 관심 및 관심분야 .....          | 10 |
| 〈그림 II-2-2〉 한글에 대한 관심 및 관심분야 .....          | 11 |
| 〈그림 II-2-3〉 한글 문서 작성프로그램 .....              | 12 |
| 〈그림 II-2-4〉 회사명/상표명의 표기방식에 대한 의견 .....      | 13 |
| 〈그림 II-2-5〉 한글 변용어의 사용 실태 및 의견 .....        | 14 |
| 〈그림 II-2-6〉 한글의 가치 .....                    | 15 |
| 〈그림 II-2-7〉 한글의 가치 .....                    | 16 |
| 〈그림 II-3-1〉 한글에 대한 관심 .....                 | 17 |
| 〈그림 II-3-2〉 한글에 대한 관심 분야 .....              | 19 |
| 〈그림 II-3-3〉 한글에 대한 인식_우수성 .....             | 27 |
| 〈그림 II-3-4〉 한글에 대한 인식_조형성 .....             | 34 |
| 〈그림 II-3-5〉 한글에 대한 인식_일체감 .....             | 40 |
| 〈그림 II-3-6〉 한글의 범위 .....                    | 44 |
| 〈그림 II-3-7〉 한글과 한국어의 구별 .....               | 46 |
| 〈그림 II-3-8〉 한글을 읽는 시간 .....                 | 48 |
| 〈그림 II-3-9〉 한글을 쓰는 시간 .....                 | 51 |
| 〈그림 II-3-10〉 문서작성 프로그램 이용 .....             | 54 |
| 〈그림 II-3-11〉 맞춤법 검사 기능 사용 .....             | 56 |
| 〈그림 II-3-12〉 한글 문서 작성시 글꼴 수 .....           | 58 |
| 〈그림 II-3-13〉 글꼴을 바꾸는 이유 .....               | 60 |
| 〈그림 II-3-14〉 문서 작성 프로그램의 기본 글꼴에 대한 의견 ..... | 62 |
| 〈그림 II-3-15〉 기본 글꼴 외 유/무료 글꼴의 이용 경험 .....   | 64 |
| 〈그림 II-3-16〉 한글과 다른 문자의 혼용 .....            | 66 |
| 〈그림 II-3-17〉 서명 시 한글/외국문자 사용 .....          | 68 |
| 〈그림 II-3-18〉 한국 회사명, 상표명의 표기 방식 .....       | 70 |

|   |     |
|---|-----|
| 〈그림 II-3-19〉 한국 회사명/상표명의 표기_세부질문 .....              | 72  |
| 〈그림 II-3-20〉 회사/상표명의 한글, 영문 표기의 어울림 .....           | 76  |
| 〈그림 II-3-21〉 한글 소재 상품에 대한 의견 .....                  | 78  |
| 〈그림 II-3-22〉 예능 프로그램의 맞춤법 준수에 대한 의견 .....           | 80  |
| 〈그림 II-3-23〉 영화, 드라마에서의 맞춤법에 대한 의견 .....            | 82  |
| 〈그림 II-3-24〉 한글 변용 유행어의 사용 실태 .....                 | 84  |
| 〈그림 II-3-25〉 한글의 변용에 대한 의견 .....                    | 88  |
| 〈그림 II-3-26〉 한글의 가치 .....                           | 94  |
| 〈그림 II-3-27〉 한글이 창제되지 않았을 경우, 국민들의 글 이해 능력 .....    | 96  |
| 〈그림 II-3-28〉 한글의 창제되지 않았을 경우, 사회 각 분야의 발전 수준 .....  | 98  |
| 〈그림 II-3-29〉 국립한글박물관 인지도 .....                      | 105 |
| 〈그림 II-3-30〉 국립한글박물관 방문경험 .....                     | 107 |
| 〈그림 II-3-31〉 권유/관람 희망 전시 프로그램 .....                 | 109 |
| 〈그림 III-2-1〉 한글에 대한 관심 .....                        | 119 |
| 〈그림 III-2-2〉 한글문화의 세부 요소 .....                      | 121 |
| 〈그림 III-2-3〉 한글에 대한 관심 .....                        | 122 |
| 〈그림 IV-3-1〉 ‘한글문화’ 관련 블로그 게시물 추이 분석 결과 .....        | 190 |
| 〈그림 IV-3-2〉 ‘한글문화’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석 결과 .....         | 191 |
| 〈그림 IV-3-3〉 ‘한글 변동상(금식제)’ 관련 블로그 게시물 추이 분석 결과 ..... | 192 |
| 〈그림 IV-3-4〉 ‘한글 변동상(금식제)’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석 결과 .....  | 193 |
| 〈그림 IV-3-5〉 ‘국립한글박물관’ 관련 블로그 게시물 추이 분석 결과 .....     | 194 |
| 〈그림 IV-3-6〉 ‘국립한글박물관’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석 결과 .....      | 195 |
| 〈그림 IV-3-7〉 의미망 분석 개념도 .....                        | 214 |
| 〈그림 IV-3-8〉 한글문화에 대한 의미망 분석 .....                   | 216 |
| 〈그림 IV-3-9〉 한글 변동상에 대한 의미망 분석 .....                 | 217 |
| 〈그림 IV-3-10〉 국립한글박물관에 대한 의미망 분석 .....               | 218 |
| 〈그림 IV-3-11〉 한글에 대한 국민, 외국인의 인식 .....               | 219 |
| 〈그림 IV-3-12〉 한글 교육과 한글 사용 .....                     | 220 |



# I. 연구 개요



1. 연구 목적
2. 연구 범위 및 방법



## 1. 연구 목적

- 한글은 문자로서의 도구적 가치와 글꼴로서의 예술적 가치, 창제와 관련된 사회적·과학적·철학적 가치를 가지고 있음. 또한 한글의 과학성은 우리나라의 산업화와 정보화를 이끌어낸 중요한 요인으로서 그 경제적 가치는 측정하기 어려움.
- 그러나 한국인에게 언어는 공기와 같고, 글자는 물과 같아 본디 주어진 것으로만 느낄 수 있음. 한글과 한글문화에 대한 국민과 전문가 의견을 조사하고, 의식의 저변에 있는 빅데이터 정보를 분석하여 한글의 사회문화적 가치를 추정할 필요가 있음.
- 최근 사회 환경의 급격한 변화와 함께 SNS와 각종 온라인 커뮤니티 등 다양한 형태의 매체를 중심으로 한글 사용에 대한 새로운 현상과 문화가 형성되고 있음.
- 국민들의 한글 및 한글문화에 대한 인식과 SNS, 각종 온라인 커뮤니티를 중심으로 한글 사용에 대한 변동 추이를 살펴봄으로써 문화 콘텐츠 생산 및 관련 정책에 대한 시사점을 얻을 수 있음.
- 한글문화라는 개념을 정의하고, 국립한글박물관이 누구를 대상으로, 어떤 내용을 전시, 교육, 연구하는 박물관이 될 것인지에 대한 중장기적 계획, 전망 수립의 기초 자료를 제공하고자 함.



## 2. 연구 범위 및 방법

- 본 연구는 우리나라 국민을 대상으로 한 온라인 조사와 전문가 대상의 심층면접조사, 빅데이터 분석의 3가지 조사임.
- 일반국민 대상 설문조사는 설문의 내용, 양 등을 고려하여 비문해집단을 제외한 15세 이상 69세 이하의 국민들을 대상으로 패널을 이용한 온라인 조사를 실시함.
- 일반국민의 한글에 대한 인식과 태도 및 사용 실태 등을 정량적으로 조사하고, 전문가들의 한글문화와 관련한 개념과 범주, 한글박물관의 사업에 대해 전문적인 의견을 수집함.
- 온라인상에 나타난 국민과 언론의 한글 및 관련 문화에 대한 의견과 실제 사용 실태 등에 대한 빅데이터를 분석하여 종합적인 결과를 도출하고자 함.

<표 I -1> 연구 범위 및 방법

| 항목       | 설문조사                    |                     | 빅데이터                   |
|----------|-------------------------|---------------------|------------------------|
|          | 일반국민                    | 전문가                 |                        |
| 조사대상     | 전국 만 15세 이상 69세 이하의 국민  | 학계, 언론, 문화예술 분야 전문가 | 블로그와 뉴스 데이터            |
| 표본 규모/범위 | 1,000명                  | 15명                 | 2014~2018년의 자료 약 17만 건 |
| 표본추출방법   | 지역/성/연령별 비례할당 추출        | 활동 분야별 개별 섭외        | 한글 등 핵심어 50여개          |
| 자료수집방법   | 온라인 패널 조사               | 1:1 심층면접조사          | 검색엔진 사용                |
| 자료수집기간   | 2018.11.06.~2018.11.09. | 2018년 10월~11월 중     | 2018년 10월~11월 중        |



## II. 일반인 조사



제1장. 조사 개요

제2장. 주요 결과 요약

제3장. 결과 분석



## 제1장. 조사 개요

### 1. 조사 내용

<표 II-1-1> 일반국민 대상 조사 내용

| 구 분           | 조사 내용                                |
|---------------|--------------------------------------|
| 한글에 대한 인식     | 한글에 대한 관심도                           |
|               | 관심 있는 한글 분야                          |
|               | 한글에 대한 여러 가지 주장/의견에 대한 생각            |
|               | 한글의 범위                               |
| 한글 사용실태       | 한글과 한국어의 구별에 대한 생각                   |
|               | 하루 평균 한글을 ‘읽는’/‘쓰는’ 시간               |
|               | 문서작성 프로그램 사용시 맞춤법 기능/글꼴 사용 현황        |
|               | 평소 한글 외에 영어, 한자 등 사용 병행 여부           |
| 상표명/회사명 등의 표기 | 서명 시 사용하는 글자(한글, 한자, 영어)             |
|               | 한국에서의 한국 회사명/상표명의 표기 방식에 대한 생각       |
|               | 상표명, 회사명의 한글/영문 표기에 대한 어울림 정도.       |
| 대중매체에서의 한글 사용 | 한글 소재 상품에 대한 생각                      |
|               | 예능 프로그램 자막의 의도적인 틀린 표기에 대한 생각        |
|               | 영화, 드라마 등의 제목에서의 틀린 표기에 대한 생각        |
|               | 한글을 변용하는 유행어의 사용 실태                  |
| 한글의 가치        | 한글을 변용하는 유행어에 대한 생각                  |
|               | 한글의 국보 지정 시 적당한 등급                   |
|               | 한글 창제가 없었다면, 우리나라 국민들의 문해력 수준에 대한 가정 |
| 국립한글박물관       | 한글 창제가 없었다면, 우리 사회 각 분야에 대한 발전 수준    |
|               | 국립한글박물관의 인지도                         |
|               | 국립한글박물관의 방문 경험                       |
|               | 관심 있는 전시 유형                          |

### 2. 자료 처리 및 분석 방법

- 수집된 자료는 Editing-Coding-Key in Programming 과정을 거쳐 통계패키지인 SPSS for win으로 분석함.
- 그래프 · 도표 · 교차분석표 내의 숫자는 소수점 이하 둘째 자리에서 반올림되었으므로 세부항목의 합이 합계와 일치하지 않을 수도 있음.

### 3. 응답자 특성

- 온라인 조사의 응답자 특성은 아래와 같음.

<표 II-1-2> 일반국민 대상 조사 응답자 특성

|               |       | 사례수(명) | 구성비(%) |
|---------------|-------|--------|--------|
| 전체            |       | 1,000  | 100.0  |
| 성             | 남성    | 509    | 50.9   |
|               | 여성    | 491    | 49.1   |
| 연령            | 10대   | 70     | 7.0    |
|               | 20대   | 171    | 17.1   |
|               | 30대   | 186    | 18.6   |
|               | 40대   | 212    | 21.2   |
|               | 50대   | 212    | 21.2   |
|               | 60대   | 149    | 14.9   |
| 지역<br>(규모별)   | 광역시   | 454    | 45.4   |
|               | 중소도시  | 461    | 46.1   |
|               | 읍면지역  | 85     | 8.5    |
| 지역<br>(행정구역별) | 서울    | 197    | 19.7   |
|               | 인천/경기 | 311    | 31.1   |
|               | 충청권   | 100    | 10.0   |
|               | 전라권   | 97     | 9.7    |
|               | 경상권   | 254    | 25.4   |
|               | 강원/제주 | 41     | 4.1    |

- 온라인 조사의 응답자 특성(계속)

&lt;표 II-1-3&gt; 일반국민 대상 조사 응답자 특성\_계속

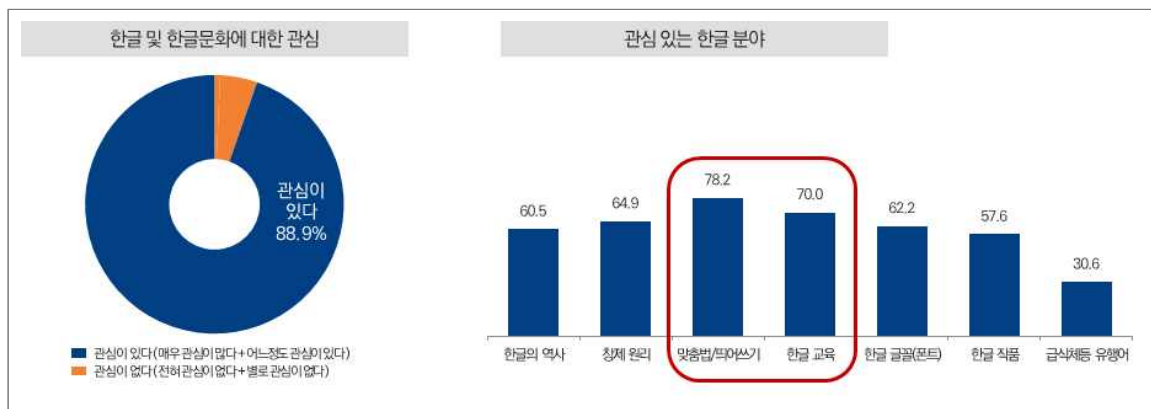
|              |            | 사례수(명) | 구성비(%) |
|--------------|------------|--------|--------|
| 전체           |            | 1,000  | 100.0  |
| 최종학력         | 중졸 이하      | 25     | 2.5    |
|              | 중고생        | 263    | 26.3   |
|              | 고졸         | 627    | 62.7   |
|              | 대학 재학 이상   | 85     | 8.5    |
| 직업           | 농업/수산업/축산업 | 19     | 1.9    |
|              | 자영업        | 91     | 9.1    |
|              | 판매/서비스직    | 57     | 5.7    |
|              | 기술/일반작업직   | 121    | 12.1   |
|              | 사무직        | 248    | 24.8   |
|              | 경영관리/전문직   | 116    | 11.6   |
|              | 전업주부       | 152    | 15.2   |
|              | 학생         | 125    | 12.5   |
|              | 기타         | 71     | 7.1    |
| 가구소득         | 200만원 미만   | 155    | 15.5   |
|              | 200~399만원  | 378    | 37.8   |
|              | 400~599만원  | 265    | 26.5   |
|              | 600만원 이상   | 202    | 20.2   |
| 초중고생<br>자녀유무 | 있다         | 209    | 20.9   |
|              | 없다         | 791    | 79.1   |

## 제2장. 주요 결과 요약

### 1. 한글에 대한 인식

- 우리나라 국민의 88.9%가 ‘한글 및 한글과 관련된 문화’에 대해 관심을 갖고 있다고 응답했다. ‘한글 맞춤법과 띄어쓰기’(78.2%), ‘한글 교육’(70.0%)과 한글 사용에 대한 실용적인 분야의 관심도가 가장 높았다. ‘한글의 창제원리’(64.9%)와 ‘한글의 역사’(60.5%) 등 문화유산으로서의 한글을 인식하는 태도 역시 높았으며, ‘글꼴’(62.2%), ‘붓글씨, 캘리그래피 등 한글작품’(57.6%) 등 일상생활의 표현 도구로서의 한글에 대해서도 높은 관심을 보였다.
- 국어에 대한 관심도는 53.0%로 조사되었음(2015년 국립국어원 조사).

<그림 II-2-1> 한글에 대한 관심 및 관심분야

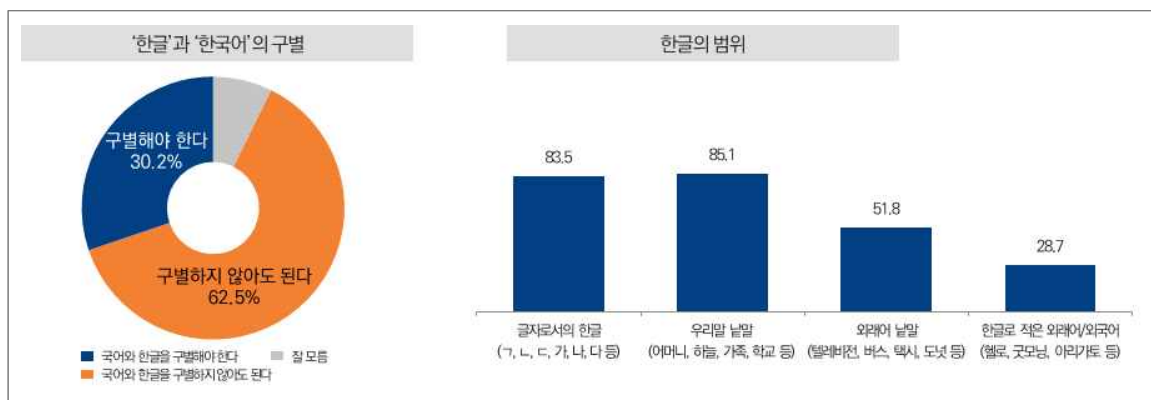


- 한글에 대한 인식과 태도를 14가지 문항으로 알아본 결과, 한글은 ‘아름답고’(92.1%) ‘과학적’(91.8%), ‘현대적’(86.6%), ‘경제적’(77.0%)이고 ‘배우기 쉬운’(66.4%) ‘세계에서 가장 뛰어난 문자’(86.%)라는 의견이 압도적이었다. 또한 ‘한글은 나를 표현하는 도구’(73.2%)이며 ‘즐거움을 주는’(69.6%) 존재로서 ‘한글을 좋아한다’(89.1%)며 높은 일체감을 나타냈다. 그리고 조형성, 디자인에 대해서도 매우 긍정적인 의견을 밝혔다.
- 전문가 의견1): 한글의 우수성에 대한 교육과 홍보의 영향으로 국민들이 긍정적인 인식을 가지고 있지만, 실제로 한글이 ‘왜 우수하고 어떻게 과학적인지’ 구체적으로는 잘 모름. 이에 대한 구체적인 교육과 홍보가 필요함.

1) 주요 결과 요약 중 ‘전문가 의견’은 전문가 의견 조사 결과 가운데 일반인 조사와 연관성이 있는 응답 결과를 인용한 것임.

- 한글과 한국어의 관계에 대하여, ‘국어와 한글을 구별해야’ 한다는 응답(30.2%)보다는 ‘구별하지 않아도 된다’(62.5%)는 의견이 더 많았다. ‘한글의 범위’에 대해서 ‘날말’(58.1%), ‘날글자’(83.5%), ‘외래어 날말’(51.8%), ‘한글로 적은 외래어/외국어’(28.7%)의 순으로 응답했다. 언어와 문자의 관계에 대해서는 인식이 분명하지 않은 것으로 나타났다.
- 전문가 의견: 언어로서의 한국어와 문자로서 한글을 구별해야 하나 한글로 표현해온 것이 한국어밖에 없다보니 국민들이 한국어와 한글을 구별하지 못하고 구별할 필요를 못 느끼는 것임. 국민의 언어생활과 문자생활을 풍부하게 하기 위해 이와 관련한 전시와 기획이 필요함.

&lt;그림 II-2-2&gt; 한글에 대한 관심 및 관심분야



## 2. 한글 사용 실태

- ‘책, 신문 등 종이’를 통해 한글을 읽는 시간이 하루 평균 1시간 22.2분, ‘컴퓨터, 스마트폰’ 등을 통해 읽는 시간은 2시간 32.7분으로 나타나 컴퓨터를 통해 읽는 시간이 훨씬 많았다. 한글을 쓰는 시간은 ‘업무, 학습 등 공식적’으로 쓰는 시간이 1시간 20.8분, ‘편지, SNS 등 개인적’으로 쓰는 시간이 59.1분으로 응답되었다. 인터넷과 스마트폰의 영향으로 한글을 읽고 쓰는 시간이 늘어난 것으로 보인다.
  - 전문가 의견: 인터넷 환경에 의해 국민들의 글쓰기 시간이 늘어나고 있음. 특히 SNS를 많이 하다 보니 ‘제대로 된 긴 글’을 못 쓰는 현상이 있음. 여러 가지 형태의 글쓰기 강좌를 개설해서 우리 사회 소통에 이바지해야 함.
- ‘아래아 한글, 워드 등 문서 작성 프로그램’을 사용하는 비율은 82.1%로 나타났으며, 이 가운데 ‘맞춤법 검사 기능’을 이용한다는 응답이 63.9%로 높게 나타났다. 문서 작성 시 이용한 글꼴은 ‘바탕글 1가지’가 11.7%, ‘2가지’가 41.4%였으며, 3가지 이상을 사용한다는 응답이 46.8%로 절반에 가까웠다. 문서 작성 프로그램에 설치된 글꼴이 ‘다양해서 골라 쓰기 편하다’는 응답이 55.7%였으며, ‘기본 글꼴 외에 유/무료 글꼴을 설치해서 사용한 적이 있다’는 응답이 41.2%로 글꼴, 즉 한글의 표현에 관심이 많은 것으로 나타났다.
  - 전문가 의견: 국민들의 한글 사용량이 많아지면서 글꼴에 대해서도 예민하고 관여도가 높아짐. 한글 글꼴과 디자인 등은 한글문화의 대표적인 요소이니 만큼 디자인, 서체 개발을 지원하거나 가이드라인을 마련하는 역할이 필요함.

<그림 II-2-3> 한글 문서 작성 프로그램





- 평소 한글에 영문, 한자 등을 섞어 쓴다는 응답이 60.7%이었으나, 서명할 때는 ‘한글로만 서명’한다는 비율이 60.6%로 가장 많았다.
- 전문가 의견: 과거 국한문 혼용체에서 한글과 한자가 서로 어울리는 관계에 있었던 것처럼, 요즘 젊은이들은 로마자와 그와 같은 시도를 하고 있음. 한글과 타 문자의 조화로운 공존이 앞으로 중요해지므로 이에 대한 연구가 필요함.

### 3. 상표 등에서의 한글 사용

- 한국에서 한국 회사명이나 상표 등을 영문(로마자)로 쓰는 일에 대해 ‘세계화 시대에 어쩔 수 없다’는 응답이 50.0%로 ‘한글로 표기해야 한다’(44.9%)는 의견보다 다소 많았다. 이와 관련하여 ‘우리나라 제품은 한글로 적는 게 좋다’는 의견에는 찬반이 비슷했으며, ‘외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다’에는 찬성이 다소 많았다. ‘우리말로 된 제품/상호는 한글로 적는 게 좋다’는 의견에는 찬성 의견이 훨씬 많았다. 한글을 소재로 한 상품 디자인에 대해서는 찬성하는 의견이 84.8%로 압도적이었다.

<그림 II-2-4> 회사명/상표명의 표기방식에 대한 의견



#### 4. 대중 매체에서의 한글 사용

- 텔레비전 예능 프로그램 자막에서 ‘드루와’ 등 의도적으로 틀린 표기를 사용하는 데 대해서는 반대의견(61.8%)이 월등했지만, ‘말아톤’ ‘반창꼬’ 등 드라마 제목 등에서 맞춤법에 어긋나는 표기에 대해서는 ‘주제를 전달하기 위한 장치’로서 상관없다는 의견이 51.3%로 더 많았다.
- ‘ㄹㅇ(레알)’ ‘ㅇㅈ(인정)’ 등 이른바 급식체를 써본 사람은 46.7%, ‘댕댕이(멍멍이)’는 29.3%로 상당수가 ‘변용어’ 사용 경험이 있는 것으로 나타났다. 그러나 한글의 변용에 대해서는 ‘한글 파괴이므로 바람직하지 않다’(62.2%), ‘한글이 변용될 수 있으므로 쓰지 않는 게 좋다’(56.0%) 등의 부정적인 의견이 많았다. 국민들이 실제 생활에서는 변용된 한글을 많이 사용하고 있지만, 어문규정이나 한글 보전에 대해서는 매우 규범적으로 인식하는 것으로 분석된다.
- 전문가 의견: 다수의 전문가들이 한글의 변용은 예부터 있어온 자연스러운 일이며, 젊은 세대가 한글이라는 문자와 문자 체계를 수정하는 양상이라고 함. 한글 변용이나 외국 문자와의 결합 등에 포용적 관점을 취하고, 이러한 변화 양상을 관찰, 기록하는 역할도 필요함.

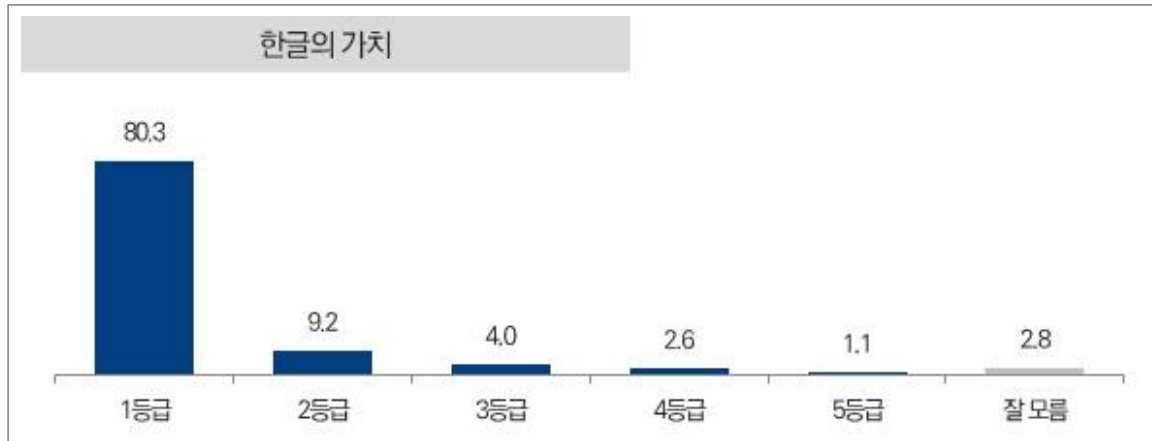
<그림 II-2-5> 한글 변용어의 사용 실태 및 의견



## 5. 한글의 가치

- 한글을 국보로 지정한다면 (국보에 등급이 있다면) 1등급이 적당하다는 의견이 80.3%로 대다수를 차지했다.

<그림 II-2-6> 한글의 가치

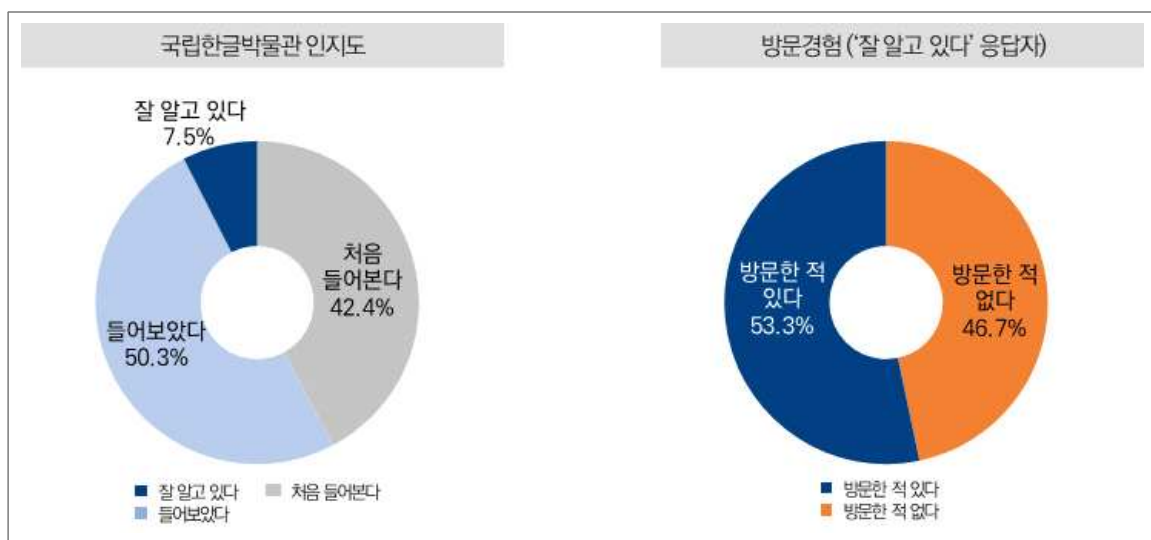


- 만약 한글이 창제되지 않고 한자를 계속 써왔다면 일반국민의 문해력은 ‘낮은 수준’일 것이라는 의견이 54.4%로 나타났다. 한글이 창제되지 않아 외국 문자를 쓰고 있다면 우리 사회의 여러 측면이 지금보다 발전하지 못했을 것이라고 응답되었다. 분야별로는 한국인으로서의 정체성 유지(72.5%), 문화의 보존과 발전(70.6%), 우리 사회 구성원간의 소통(63.2%), 남북한 국민의 동질성(60.0%), 경제적 발전(59.1%), 민주주의 발전(57.0%) 등 순으로 현재보다 못할 것이라는 의견이 많았다.

## 6. 국립한글박물관 관련

- 국립한글박물관에 대한 인지도는 57.8%로 나타났으며, ‘잘 알고 있다(7.5%)’고 응답한 사람 가운데 53.3%가 방문한 적이 있다고 답했다(전체의 4%).
- 2017년 국립한글박물관의 공식 입장객은 67만 명으로 전체 인구의 1.3%에 해당하며, 개관 이후 4년간 국립한글박물관의 누적 관람객은 257만 명으로 전체 인구의 4.9%에 해당함.

<그림 II-2-7> 한글의 가치



## 제3장. 결과 분석

### 1. 한글에 대한 인식

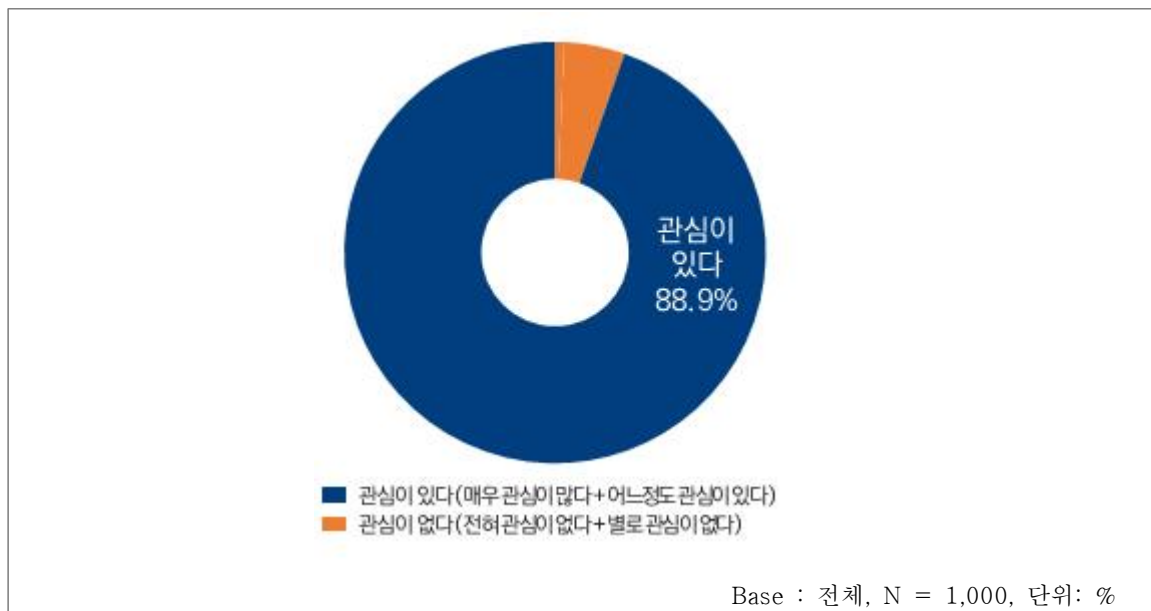
#### 가. 한글 및 한글문화에 대한 관심 정도

문1 귀하는 평소 우리 고유의 문자인 한글이나 한글과 관련된 문화에 관해 관심을 가지고 계십니까?

##### ○ 한글 및 한글문화에 대한 관심도

- 한글이나 한글과 관련된 문화에 대해 관심이 있다는 응답이 88.9%로 매우 높음.
- ‘매우 관심이 많다’는 응답은 21.5%, ‘어느 정도 관심이 있다’는 응답은 67.4%로 나타남.

<그림 II-3-1> 한글에 대한 관심



## 응답자 특성

- ✓ 연령이 높을수록, 학력이 높을수록 한글과 한글문화에 대한 관심이 높음.
- ✓ 초중고에 재학 중인 자녀가 있는 경우(92.9%)에 관심이 더 높음.

<표 II-3-1> 한글에 대한 관심

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 전혀 관심이 없다 | 별로 관심이 없다 | 어느정도 관심이 있다 | 매우 관심이 많다 |
|------------|------------|---------|-----------|-----------|-------------|-----------|
| 전체         |            | (1,000) | 0.9       | 10.2      | 67.4        | 21.5      |
| 성별         | 남성         | (509)   | 1.2       | 11.4      | 64.8        | 22.6      |
|            | 여성         | (491)   | 0.6       | 9.0       | 70.1        | 20.4      |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 4.3       | 18.6      | 68.6        | 8.6       |
|            | 20대        | (171)   | 0.6       | 10.5      | 73.1        | 15.8      |
|            | 30대        | (186)   | 0.5       | 14.5      | 66.7        | 18.3      |
|            | 40대        | (212)   | 0.5       | 9.4       | 71.2        | 18.9      |
|            | 50대        | (212)   | 0.9       | 7.5       | 61.3        | 30.2      |
|            | 60대        | (149)   | 0.7       | 5.4       | 64.4        | 29.5      |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 4.0       | 16.0      | 56.0        | 24.0      |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 1.1       | 14.4      | 62.7        | 21.7      |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.8       | 8.8       | 70.3        | 20.1      |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0       | 5.9       | 63.5        | 30.6      |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 2.6       | 13.5      | 62.6        | 21.3      |
|            | 200~399만원  | (378)   | 0.8       | 9.3       | 71.4        | 18.5      |
|            | 400~599만원  | (265)   | 0.4       | 8.3       | 71.7        | 19.6      |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 0.5       | 11.9      | 57.9        | 29.7      |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 0.0       | 7.2       | 71.8        | 21.1      |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 1.1       | 11.0      | 66.2        | 21.6      |

## 나. 한글에 대한 관심 분야

문2

(문1의 ③, ④번 응답자만)

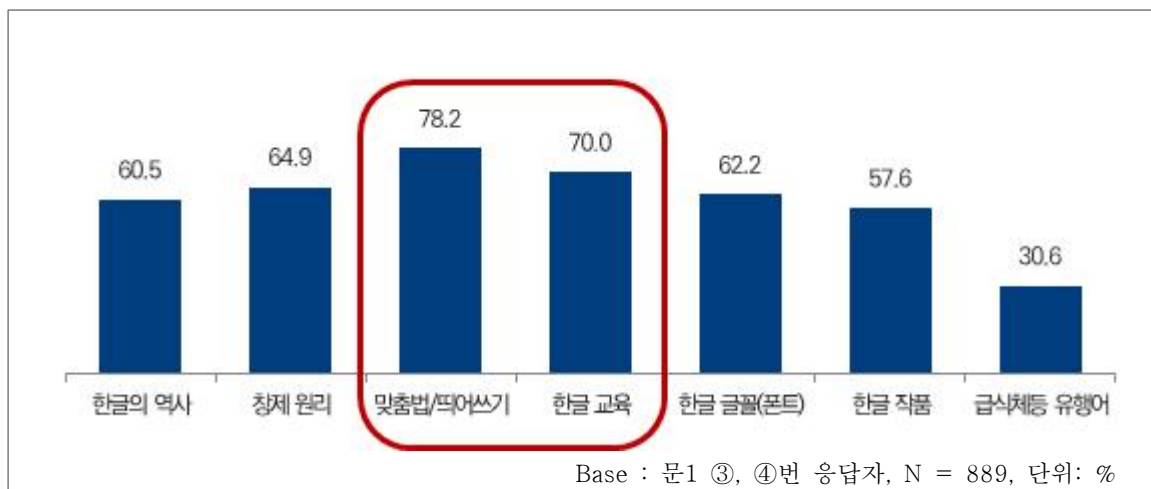
한글의 어떤 점에 관심이 있으십니까?

다음 항목에 대해 얼마나 관심이 있으신지 말씀해주세요.

### ○ 한글에 대한 관심 분야

- ‘한글과 한글문화에 관심이 있다’는 사람들을 대상으로 각 분야별 관심도를 질문함.
- ‘맞춤법과 띄어쓰기’(78.2%), ‘한글 교육’(70.0%)에 대한 관심이 상대적으로 높음.
- ‘한글의 역사’에 대한 관심은 60.5%, ‘한글 창제의 원리’는 64.9%임.
- ‘한글 글꼴(폰트)’은 62.2%, ‘붓글씨, 캘리그래피 등 한글 작품’에 대한 관심은 57.6%임.
- ‘급식체, 야민정음 등 유행하는 글자 장난’에 대한 관심은 30.6%임.

<그림 II-3-2> 한글에 대한 관심 분야



## 응답자 특성

### 1) <한글의 역사>

- ✓ 남성(64.7%)이 여성(56.3%)에 비해 상대적으로 더 높음.
- ✓ 40~60대의 장년층의 관심이 더 높음.
- ✓ 초중고에 재학 중인 자녀가 있는 경우(64.4%)에 관심이 더 높음.

<표 II-3-2> 한글에 대한 관심 분야\_한글의 역사

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 0.4          | 2.1          | 36.9 | 46.8          | 13.7         |
| 성별            | 남성         | (445) | 0.0          | 2.2          | 33.0 | 50.3          | 14.4         |
|               | 여성         | (444) | 0.9          | 2.0          | 40.8 | 43.2          | 13.1         |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 0.0          | 3.7          | 53.7 | 37.0          | 5.6          |
|               | 20대        | (152) | 2.0          | 3.9          | 40.1 | 48.0          | 5.9          |
|               | 30대        | (158) | 0.6          | 3.2          | 43.7 | 38.6          | 13.9         |
|               | 40대        | (191) | 0.0          | 1.0          | 39.3 | 45.0          | 14.7         |
|               | 50대        | (194) | 0.0          | 1.0          | 26.3 | 55.2          | 17.5         |
|               | 60대        | (140) | 0.0          | 1.4          | 30.7 | 49.3          | 18.6         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 0.0          | 0.0          | 30.0 | 45.0          | 25.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 0.5          | 2.7          | 35.6 | 46.8          | 14.4         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 0.5          | 1.8          | 38.1 | 46.4          | 13.2         |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 0.0          | 3.8          | 33.8 | 50.0          | 12.5         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 0.0          | 3.1          | 41.5 | 41.5          | 13.8         |
|               | 200~399만원  | (340) | 0.9          | 2.1          | 40.9 | 45.3          | 10.9         |
|               | 400~599만원  | (242) | 0.0          | 2.5          | 33.5 | 51.2          | 12.8         |
|               | 600만원 이상   | (177) | 0.6          | 1.1          | 30.5 | 47.5          | 20.3         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 0.0          | 2.1          | 33.5 | 46.9          | 17.5         |
|               | 자녀 없음      | (695) | 0.6          | 2.2          | 37.8 | 46.8          | 12.7         |



## 응답자 특성

## 2) &lt;한글 창제의 원리&gt;

- ✓ 남성(66.3%)이 여성(63.5%)에 비해 상대적으로 더 높음.
- ✓ 연령이 높을수록 관심이 더 많음.
- ✓ 초중고에 재학 중인 자녀가 있는 경우(69.6%)에 관심이 더 높음.

&lt;표 II-3-3&gt; 한글에 대한 관심 분야\_한글 창제의 원리

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 0.3          | 3.5          | 31.3 | 48.1          | 16.8         |
| 성별            | 남성         | (445) | 0.4          | 3.8          | 29.4 | 47.2          | 19.1         |
|               | 여성         | (444) | 0.2          | 3.2          | 33.1 | 49.1          | 14.4         |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 0.0          | 5.6          | 44.4 | 38.9          | 11.1         |
|               | 20대        | (152) | 1.3          | 6.6          | 36.2 | 44.7          | 11.2         |
|               | 30대        | (158) | 0.6          | 5.1          | 34.2 | 45.6          | 14.6         |
|               | 40대        | (191) | 0.0          | 3.1          | 30.9 | 49.7          | 16.2         |
|               | 50대        | (194) | 0.0          | 1.0          | 25.3 | 50.5          | 23.2         |
|               | 60대        | (140) | 0.0          | 1.4          | 26.4 | 52.9          | 19.3         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 0.0          | 0.0          | 25.0 | 50.0          | 25.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 0.0          | 4.1          | 32.0 | 46.8          | 17.1         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 0.4          | 3.0          | 32.8 | 47.8          | 16.0         |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 1.3          | 6.3          | 20.0 | 53.8          | 18.8         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 0.0          | 3.8          | 35.4 | 40.0          | 20.8         |
|               | 200~399만원  | (340) | 0.6          | 4.7          | 34.1 | 46.5          | 14.1         |
|               | 400~599만원  | (242) | 0.0          | 2.9          | 31.0 | 51.2          | 14.9         |
|               | 600만원 이상   | (177) | 0.6          | 1.7          | 23.2 | 53.1          | 21.5         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 0.0          | 3.6          | 26.8 | 52.6          | 17.0         |
|               | 자녀 없음      | (695) | 0.4          | 3.5          | 32.5 | 46.9          | 16.7         |

## 응답자 특성

### 3) <한글 맞춤법과 띄어쓰기>

- ✓ 여성(82.0%)이 남성(74.4%)에 비해 관심이 더 많음.
- ✓ 학력이 높을수록 맞춤법에 대한 관심이 더 많음.

<표 II-3-4> 한글에 대한 관심 분야\_한글 맞춤법과 띄어쓰기

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 0.1          | 1.9          | 19.8 | 49.4          | 28.8         |
| 성별            | 남성         | (445) | 0.2          | 1.8          | 23.6 | 49.0          | 25.4         |
|               | 여성         | (444) | 0.0          | 2.0          | 16.0 | 49.8          | 32.2         |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 0.0          | 1.9          | 16.7 | 50.0          | 31.5         |
|               | 20대        | (152) | 0.7          | 2.6          | 20.4 | 47.4          | 28.9         |
|               | 30대        | (158) | 0.0          | 1.9          | 15.8 | 51.3          | 31.0         |
|               | 40대        | (191) | 0.0          | 2.1          | 25.7 | 49.7          | 22.5         |
|               | 50대        | (194) | 0.0          | 1.5          | 20.6 | 44.3          | 33.5         |
|               | 60대        | (140) | 0.0          | 1.4          | 15.7 | 55.7          | 27.1         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 0.0          | 0.0          | 30.0 | 45.0          | 25.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 0.5          | 2.3          | 21.6 | 47.7          | 27.9         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 0.0          | 2.1          | 19.2 | 49.0          | 29.6         |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 0.0          | 0.0          | 16.3 | 57.5          | 26.3         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 0.8          | 1.5          | 24.6 | 43.8          | 29.2         |
|               | 200~399만원  | (340) | 0.0          | 3.2          | 20.0 | 51.8          | 25.0         |
|               | 400~599만원  | (242) | 0.0          | 0.8          | 21.9 | 50.4          | 26.9         |
|               | 600만원 이상   | (177) | 0.0          | 1.1          | 13.0 | 47.5          | 38.4         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 0.0          | 1.0          | 21.6 | 49.5          | 27.8         |
|               | 자녀 없음      | (695) | 0.1          | 2.2          | 19.3 | 49.4          | 29.1         |

## 응답자 특성

## 4) &lt;한글 교육&gt;

- ✓ 여성(73.2%)이 남성(66.8%)에 비해 관심이 더 많음.
- ✓ 60대(75.7%), 30대(75.3%)에서 관심이 높음.
- ✓ 초중고에 재학 중인 자녀가 있는 응답자(75.3%)의 관심이 더 높음.

&lt;표 II-3-5&gt; 한글에 대한 관심 분야\_한글 교육

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 0.2          | 1.8          | 28.0 | 50.7          | 19.2         |
| 성별            | 남성         | (445) | 0.2          | 2.2          | 30.8 | 48.8          | 18.0         |
|               | 여성         | (444) | 0.2          | 1.4          | 25.2 | 52.7          | 20.5         |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 0.0          | 1.9          | 51.9 | 35.2          | 11.1         |
|               | 20대        | (152) | 0.0          | 3.9          | 29.6 | 53.9          | 12.5         |
|               | 30대        | (158) | 1.3          | 1.9          | 21.5 | 51.9          | 23.4         |
|               | 40대        | (191) | 0.0          | 2.6          | 30.4 | 46.6          | 20.4         |
|               | 50대        | (194) | 0.0          | 0.5          | 25.8 | 52.1          | 21.6         |
|               | 60대        | (140) | 0.0          | 0.0          | 24.3 | 55.7          | 20.0         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 0.0          | 0.0          | 40.0 | 35.0          | 25.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 0.0          | 1.4          | 29.7 | 49.5          | 19.4         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 0.4          | 1.9          | 27.9 | 51.5          | 18.3         |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 0.0          | 2.5          | 21.3 | 52.5          | 23.8         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 0.8          | 0.0          | 36.2 | 41.5          | 21.5         |
|               | 200~399만원  | (340) | 0.3          | 2.1          | 30.3 | 51.2          | 16.2         |
|               | 400~599만원  | (242) | 0.0          | 2.5          | 24.0 | 55.4          | 18.2         |
|               | 600만원 이상   | (177) | 0.0          | 1.7          | 23.2 | 50.3          | 24.9         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 0.0          | 2.1          | 22.7 | 53.1          | 22.2         |
|               | 자녀 없음      | (695) | 0.3          | 1.7          | 29.5 | 50.1          | 18.4         |

## 응답자 특성

### 5) <한글 글꼴(폰트)>

- ✓ 여성(66.0%)이 남성(58.4%)에 비해 관심이 더 많음.
- ✓ 10대~30대의 젊은 층의 관심이 장년층(40~60대) 보다 더 높음.
- ✓ 학력이 높을수록 글꼴에 대한 관심이 더 높음.
- ✓ 경영관리/전문직(70.5%)과 학생(70.2%)의 관심이 상대적으로 높음.

<표 II-3-6> 한글에 대한 관심 분야\_한글 글꼴(폰트)

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 0.3          | 4.9          | 32.5 | 43.0          | 19.2         |
| 성별            | 남성         | (445) | 0.4          | 6.1          | 35.1 | 40.4          | 18.0         |
|               | 여성         | (444) | 0.2          | 3.8          | 30.0 | 45.5          | 20.5         |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 0.0          | 1.9          | 31.5 | 38.9          | 27.8         |
|               | 20대        | (152) | 0.0          | 9.2          | 28.3 | 41.4          | 21.1         |
|               | 30대        | (158) | 0.6          | 5.7          | 26.6 | 47.5          | 19.6         |
|               | 40대        | (191) | 0.5          | 6.3          | 36.1 | 42.4          | 14.7         |
|               | 50대        | (194) | 0.0          | 1.5          | 35.6 | 40.2          | 22.7         |
|               | 60대        | (140) | 0.7          | 3.6          | 35.0 | 45.7          | 15.0         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 0.0          | 5.0          | 65.0 | 20.0          | 10.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 0.5          | 4.1          | 34.2 | 41.9          | 19.4         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 0.4          | 5.3          | 31.9 | 42.9          | 19.6         |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 0.0          | 5.0          | 23.8 | 52.5          | 18.8         |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (18)  | 0.0          | 0.0          | 33.3 | 44.4          | 22.2         |
|               | 자영업        | (83)  | 0.0          | 7.2          | 34.9 | 42.2          | 15.7         |
|               | 판매/서비스직    | (49)  | 2.0          | 0.0          | 40.8 | 38.8          | 18.4         |
|               | 기술/일반작업직   | (112) | 0.0          | 8.0          | 42.9 | 31.3          | 17.9         |
|               | 사무직        | (226) | 0.4          | 4.0          | 30.1 | 45.6          | 19.9         |
|               | 경영관리/전문직   | (105) | 0.0          | 5.7          | 23.8 | 47.6          | 22.9         |
|               | 전업주부       | (133) | 0.8          | 4.5          | 37.6 | 42.9          | 14.3         |
|               | 학생         | (104) | 0.0          | 5.8          | 24.0 | 42.3          | 27.9         |
|               | 기타         | (59)  | 0.0          | 3.4          | 30.5 | 52.5          | 13.6         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 0.8          | 5.4          | 28.5 | 40.8          | 24.6         |
|               | 200~399만원  | (340) | 0.6          | 4.1          | 39.4 | 40.6          | 15.3         |
|               | 400~599만원  | (242) | 0.0          | 6.2          | 29.3 | 45.0          | 19.4         |
|               | 600만원 이상   | (177) | 0.0          | 4.5          | 26.6 | 46.3          | 22.6         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 0.5          | 3.6          | 34.5 | 37.6          | 23.7         |
|               | 자녀 없음      | (695) | 0.3          | 5.3          | 31.9 | 44.5          | 18.0         |

## 응답자 특성

## 6) &lt;붓글씨, 캘리그래피 등 한글 작품&gt;

- ✓ 여성(64.8%)이 남성(50.4%)에 비해 관심이 더 많음.
- ✓ 학력이 높을수록 관심이 더 높음.
- ✓ 사무직, 경영관리/전문직, 전업주부, 학생들의 관심이 높음.
- ✓ 초중고에 재학 중인 자녀가 있는 경우(64.5%)에 관심이 더 높음.

&lt;표 II-3-7&gt; 한글에 대한 관심 분야\_붓글씨, 캘리그래피 등 한글 작품

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 1.5          | 7.9          | 33.1 | 40.4          | 17.2         |
| 성별            | 남성         | (445) | 1.8          | 10.1         | 37.8 | 35.1          | 15.3         |
|               | 여성         | (444) | 1.1          | 5.6          | 28.4 | 45.7          | 19.1         |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 0.0          | 7.4          | 29.6 | 38.9          | 24.1         |
|               | 20대        | (152) | 2.6          | 9.2          | 31.6 | 39.5          | 17.1         |
|               | 30대        | (158) | 3.2          | 9.5          | 32.9 | 37.3          | 17.1         |
|               | 40대        | (191) | 1.6          | 7.9          | 33.0 | 41.4          | 16.2         |
|               | 50대        | (194) | 0.5          | 6.2          | 29.9 | 45.4          | 18.0         |
|               | 60대        | (140) | 0.0          | 7.1          | 40.7 | 37.1          | 15.0         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 5.0          | 0.0          | 35.0 | 45.0          | 15.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 1.4          | 6.3          | 37.8 | 36.0          | 18.5         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 1.4          | 9.0          | 31.4 | 42.2          | 16.0         |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 1.3          | 6.3          | 31.3 | 38.8          | 22.5         |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (18)  | 5.6          | 5.6          | 44.4 | 27.8          | 16.7         |
|               | 자영업        | (83)  | 1.2          | 10.8         | 32.5 | 36.1          | 19.3         |
|               | 판매/서비스직    | (49)  | 2.0          | 12.2         | 26.5 | 36.7          | 22.4         |
|               | 기술/일반작업직   | (112) | 3.6          | 13.4         | 42.9 | 27.7          | 12.5         |
|               | 사무직        | (226) | 0.9          | 7.1          | 29.6 | 45.6          | 16.8         |
|               | 경영관리/전문직   | (105) | 0.0          | 7.6          | 27.6 | 39.0          | 25.7         |
|               | 전업주부       | (133) | 0.0          | 4.5          | 35.3 | 50.4          | 9.8          |
|               | 학생         | (104) | 1.9          | 4.8          | 29.8 | 41.3          | 22.1         |
|               | 기타         | (59)  | 3.4          | 6.8          | 40.7 | 35.6          | 13.6         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 3.1          | 7.7          | 33.8 | 30.8          | 24.6         |
|               | 200~399만원  | (340) | 1.2          | 7.9          | 38.5 | 37.9          | 14.4         |
|               | 400~599만원  | (242) | 0.8          | 8.7          | 29.8 | 45.9          | 14.9         |
|               | 600만원 이상   | (177) | 1.7          | 6.8          | 26.6 | 44.6          | 20.3         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 1.0          | 6.2          | 28.4 | 42.3          | 22.2         |
|               | 자녀 없음      | (695) | 1.6          | 8.3          | 34.4 | 39.9          | 15.8         |

## 응답자 특성

### 7) <급식체, 야민정음 등 유행하는 글자 장난>

- ✓ 남성(33.3%)이 여성(28.0%)에 비해 관심이 더 많음.
- ✓ 10대~30대의 젊은 층이 장년층(40~60대) 보다 더 높음.
- ✓ 대학교 재학/졸업 응답자(32.6%)에서 관심이 가장 높음.
- ✓ 직업별로는 학생(46.2%)의 관심이 높음.

<표 II-3-8> 한글에 대한 관심 분야\_급식체, 야민정음 등 유행하는 글자 장난

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 전혀 관심이<br>없다 | 별로 관심이<br>없다 | 보통이다 | 관심이 많은<br>편이다 | 매우 관심이<br>많다 |
|---------------|------------|-------|--------------|--------------|------|---------------|--------------|
| 전체            |            | (889) | 7.4          | 26.5         | 35.4 | 21.8          | 8.8          |
| 성별            | 남성         | (445) | 6.5          | 27.0         | 33.3 | 24.3          | 9.0          |
|               | 여성         | (444) | 8.3          | 26.1         | 37.6 | 19.4          | 8.6          |
| 연령            | 15~19세     | (54)  | 5.6          | 18.5         | 38.9 | 27.8          | 9.3          |
|               | 20대        | (152) | 5.3          | 22.4         | 31.6 | 28.9          | 11.8         |
|               | 30대        | (158) | 12.7         | 22.8         | 32.3 | 24.1          | 8.2          |
|               | 40대        | (191) | 7.3          | 26.7         | 37.7 | 19.9          | 8.4          |
|               | 50대        | (194) | 4.1          | 29.9         | 39.2 | 18.6          | 8.2          |
|               | 60대        | (140) | 9.3          | 33.6         | 33.6 | 16.4          | 7.1          |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (20)  | 15.0         | 15.0         | 50.0 | 5.0           | 15.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (222) | 7.7          | 27.0         | 37.8 | 20.3          | 7.2          |
|               | 대학교 졸업/재학  | (567) | 7.1          | 26.6         | 33.7 | 23.1          | 9.5          |
|               | 대학원 재학 이상  | (80)  | 7.5          | 27.5         | 37.5 | 21.3          | 6.3          |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (18)  | 5.6          | 22.2         | 27.8 | 33.3          | 11.1         |
|               | 자영업        | (83)  | 8.4          | 22.9         | 44.6 | 18.1          | 6.0          |
|               | 판매/서비스직    | (49)  | 8.2          | 20.4         | 40.8 | 22.4          | 8.2          |
|               | 기술/일반작업직   | (112) | 11.6         | 25.9         | 36.6 | 14.3          | 11.6         |
|               | 사무직        | (226) | 7.1          | 29.6         | 31.0 | 24.3          | 8.0          |
|               | 경영관리/전문직   | (105) | 1.0          | 32.4         | 36.2 | 19.0          | 11.4         |
|               | 전업주부       | (133) | 10.5         | 30.1         | 37.6 | 17.3          | 4.5          |
|               | 학생         | (104) | 3.8          | 16.3         | 33.7 | 33.7          | 12.5         |
|               | 기타         | (59)  | 10.2         | 27.1         | 32.2 | 22.0          | 8.5          |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (130) | 11.5         | 23.8         | 40.0 | 17.7          | 6.9          |
|               | 200~399만원  | (340) | 7.1          | 26.8         | 32.1 | 22.9          | 11.2         |
|               | 400~599만원  | (242) | 7.4          | 24.4         | 38.8 | 24.0          | 5.4          |
|               | 600만원 이상   | (177) | 5.1          | 31.1         | 33.9 | 19.8          | 10.2         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (194) | 7.2          | 25.8         | 36.6 | 21.1          | 9.3          |
|               | 자녀 없음      | (695) | 7.5          | 26.8         | 35.1 | 22.0          | 8.6          |

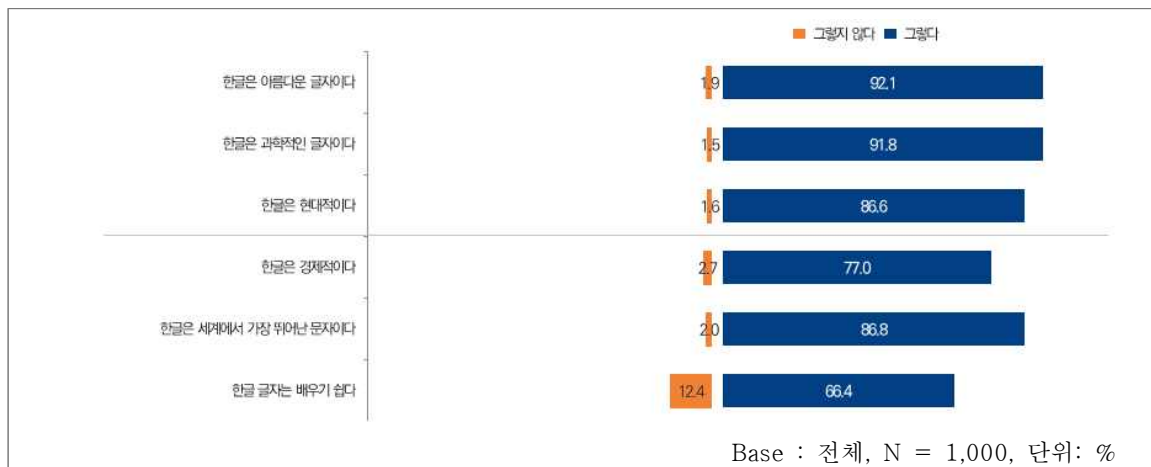
## 다. 한글에 대한 인식

문3 한글에 대한 다음과 같은 주장과 의견에 대해 귀하는 어떻게 생각하십니까?

### ○ 한글에 대한 인식\_우수성

- 한글의 우수성에 대해 긍정적 평가가 높음.
- “한글은 아름다운 글자이다”라는 질문에 92.1%, “한글은 과학적인 글자이다”라는 질문은 91.8%가 ‘그렇다’고 응답함.
- “한글은 현대적이다”와 “경제적이다”라는 질문에는 각각 86.6%, 77.0%가 ‘그렇다’고 응답함.
- “한글은 세계에서 가장 뛰어난 문자이다”는 86.8%, “한글 글자는 배우기 쉽다”는 66.4%가 ‘그렇다’고 응답함.

<그림 II-3-3> 한글에 대한 인식\_우수성



## 응답자 특성

### 1) <한글은 아름다운 글자이다>

- ✓ 92.1%가 '한글은 아름다운 글자'라고 응답함.
- ✓ 여성(95.3%), 장년층(40~60대)의 응답이 높음.

<표 II-3-9> 한글에 대한 인식\_한글은 아름다운 글자이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.5             | 1.4             | 5.5  | 18.5       | 73.6      | 0.5  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 0.4             | 2.4             | 7.3  | 19.4       | 69.5      | 1.0  |
|               | 여성         | (491)   | 0.6             | 0.4             | 3.7  | 17.5       | 77.8      | 0.0  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 1.4             | 5.7  | 18.6       | 71.4      | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 0.6             | 1.8             | 7.0  | 18.1       | 70.8      | 1.8  |
|               | 30대        | (186)   | 1.1             | 2.2             | 8.1  | 13.4       | 74.7      | 0.5  |
|               | 40대        | (212)   | 0.0             | 1.4             | 5.2  | 21.2       | 72.2      | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 0.5             | 0.5             | 3.3  | 21.7       | 74.1      | 0.0  |
|               | 60대        | (149)   | 0.0             | 1.3             | 4.0  | 16.8       | 77.9      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 0.0             | 12.0 | 12.0       | 72.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 0.4             | 1.5             | 4.6  | 19.0       | 73.8      | 0.8  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.6             | 1.4             | 5.1  | 19.0       | 73.5      | 0.3  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 1.2             | 9.4  | 15.3       | 74.1      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 0.6             | 0.6             | 9.0  | 16.8       | 71.6      | 1.3  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.5             | 1.3             | 5.8  | 19.0       | 72.8      | 0.5  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.4             | 2.3             | 4.2  | 18.9       | 74.0      | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 0.5             | 1.0             | 4.0  | 18.3       | 76.2      | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 0.0             | 1.0             | 5.3  | 18.7       | 74.6      | 0.5  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.6             | 1.5             | 5.6  | 18.5       | 73.3      | 0.5  |



## 응답자 특성

## 2) &lt;한글은 과학적인 글자이다&gt;

- ✓ 응답자의 91.8%가 과학적인 글자라고 응답함.
- ✓ 연령이 높을수록 '한글이 과학적인 글자'라고 응답함.

&lt;표 II-3-10&gt; 한글에 대한 인식\_한글은 과학적인 글자이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.2             | 1.3             | 5.5  | 16.5       | 75.3      | 1.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 0.4             | 1.8             | 6.1  | 18.7       | 71.1      | 2.0  |
|               | 여성         | (491)   | 0.0             | 0.8             | 4.9  | 14.3       | 79.6      | 0.4  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 2.9             | 8.6  | 15.7       | 70.0      | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 0.0             | 1.2             | 8.2  | 18.1       | 71.3      | 1.2  |
|               | 30대        | (186)   | 0.5             | 1.6             | 4.8  | 14.0       | 77.4      | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 0.0             | 1.4             | 5.2  | 16.0       | 76.4      | 0.9  |
|               | 50대        | (212)   | 0.0             | 0.5             | 5.2  | 18.9       | 74.5      | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 0.0             | 1.3             | 2.7  | 15.4       | 79.2      | 1.3  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 0.0             | 12.0 | 12.0       | 72.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 0.0             | 3.0             | 7.6  | 14.8       | 73.4      | 1.1  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.3             | 0.8             | 4.6  | 17.4       | 75.8      | 1.1  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 0.0             | 3.5  | 16.5       | 78.8      | 1.2  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 0.0             | 1.3             | 11.6 | 14.8       | 70.3      | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.0             | 1.6             | 5.3  | 18.3       | 74.1      | 0.8  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.4             | 0.8             | 4.9  | 18.1       | 74.3      | 1.5  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 0.5             | 1.5             | 2.0  | 12.4       | 82.7      | 1.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 0.0             | 1.4             | 2.9  | 16.3       | 78.5      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.3             | 1.3             | 6.2  | 16.6       | 74.5      | 1.3  |

### 응답자 특성

#### 3) <한글은 현대적이다>

- ✓ “한글은 현대적이다”라는 질문에 86.5%가 ‘그렇다’라고 응답함.
- ✓ 여성(88.4%)이 남성(84.9%)보다 더 높음.

<표 II-3-11> 한글에 대한 인식\_한글은 현대적이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.7             | 0.9             | 10.6 | 33.8       | 52.8      | 1.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 0.8             | 1.6             | 11.6 | 34.2       | 50.7      | 1.2  |
|               | 여성         | (491)   | 0.6             | 0.2             | 9.6  | 33.4       | 55.0      | 1.2  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 0.0             | 7.1  | 32.9       | 57.1      | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 0.6             | 1.8             | 14.6 | 34.5       | 45.6      | 2.9  |
|               | 30대        | (186)   | 1.1             | 0.5             | 11.3 | 32.8       | 53.2      | 1.1  |
|               | 40대        | (212)   | 0.5             | 0.9             | 10.4 | 32.1       | 55.7      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 0.5             | 0.5             | 9.4  | 36.8       | 51.9      | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 0.7             | 1.3             | 8.7  | 32.9       | 55.7      | 0.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 0.0             | 28.0 | 16.0       | 56.0      | 0.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 0.0             | 1.5             | 11.8 | 33.8       | 52.1      | 0.8  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 1.0             | 0.8             | 8.9  | 34.9       | 52.8      | 1.6  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 1.2             | 0.0             | 14.1 | 30.6       | 54.1      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 0.6             | 0.6             | 14.8 | 27.1       | 56.8      | 0.0  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.5             | 0.5             | 10.1 | 34.7       | 52.6      | 1.6  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.8             | 1.1             | 8.7  | 38.1       | 49.8      | 1.5  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 1.0             | 1.5             | 10.9 | 31.7       | 54.0      | 1.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 0.0             | 1.4             | 11.5 | 34.0       | 52.2      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.9             | 0.8             | 10.4 | 33.8       | 53.0      | 1.3  |

## 응답자 특성

## 4) 〈한글은 경제적이다〉

✓ “한글은 경제적이다”라는 질문에 77.0%가 ‘그렇다’고 응답함.

〈표 II-3-12〉 한글에 대한 인식\_한글은 경제적이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.6             | 2.1             | 18.0 | 28.4       | 48.6      | 2.3  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 0.4             | 2.6             | 17.3 | 30.6       | 47.2      | 2.0  |
|               | 여성         | (491)   | 0.8             | 1.6             | 18.7 | 26.1       | 50.1      | 2.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 0.0             | 14.3 | 27.1       | 48.6      | 8.6  |
|               | 20대        | (171)   | 0.0             | 1.2             | 17.0 | 30.4       | 48.5      | 2.9  |
|               | 30대        | (186)   | 1.6             | 4.3             | 14.5 | 25.3       | 52.2      | 2.2  |
|               | 40대        | (212)   | 0.0             | 1.9             | 20.3 | 27.4       | 48.6      | 1.9  |
|               | 50대        | (212)   | 0.5             | 1.9             | 19.8 | 29.7       | 46.7      | 1.4  |
|               | 60대        | (149)   | 0.7             | 2.0             | 19.5 | 30.2       | 47.0      | 0.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 0.0             | 32.0 | 20.0       | 40.0      | 8.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 0.0             | 1.1             | 19.8 | 26.2       | 50.2      | 2.7  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.6             | 2.4             | 16.4 | 30.3       | 48.2      | 2.1  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 2.4             | 3.5             | 20.0 | 23.5       | 49.4      | 1.2  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 0.6             | 2.6             | 20.6 | 27.7       | 45.8      | 2.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.5             | 1.1             | 17.7 | 29.9       | 48.1      | 2.6  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.0             | 3.4             | 16.6 | 28.7       | 48.7      | 2.6  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 1.5             | 2.0             | 18.3 | 25.7       | 51.5      | 1.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 0.0             | 2.4             | 16.7 | 27.3       | 50.2      | 3.3  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.8             | 2.0             | 18.3 | 28.7       | 48.2      | 2.0  |

## 응답자 특성

5) <한글은 세계에서 가장 뛰어난 문자이다>

✓ 응답자의 86.8%가 “한글은 세계에서 가장 뛰어난 문자”라고 응답함.

✓ 여성(89.6%), 장년층(40~60대), 초중고생 자녀가 있는 경우(90.0%)에 상대적으로 높음.

<표 II-3-13> 한글에 대한 인식\_한글은 세계에서 가장 뛰어난 문자이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 1.0             | 1.0             | 9.8  | 21.9       | 64.9      | 1.4  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 1.6             | 1.2             | 11.4 | 21.2       | 62.9      | 1.8  |
|               | 여성         | (491)   | 0.4             | 0.8             | 8.1  | 22.6       | 67.0      | 1.0  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 2.9             | 0.0             | 11.4 | 22.9       | 62.9      | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 1.2             | 0.0             | 12.9 | 22.8       | 60.8      | 2.3  |
|               | 30대        | (186)   | 0.0             | 0.5             | 12.9 | 22.0       | 61.8      | 2.7  |
|               | 40대        | (212)   | 1.4             | 3.3             | 6.6  | 22.2       | 66.5      | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 0.5             | 0.9             | 9.9  | 20.3       | 67.0      | 1.4  |
|               | 60대        | (149)   | 1.3             | 0.0             | 6.0  | 22.1       | 69.1      | 1.3  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 4.0             | 4.0             | 8.0  | 16.0       | 64.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 1.5             | 0.4             | 9.9  | 18.6       | 68.1      | 1.5  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.8             | 1.3             | 9.4  | 23.6       | 63.6      | 1.3  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 0.0             | 12.9 | 21.2       | 64.7      | 1.2  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 1.9             | 0.6             | 13.5 | 16.8       | 65.2      | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.5             | 1.1             | 9.3  | 21.7       | 65.9      | 1.6  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.8             | 1.5             | 9.1  | 24.2       | 64.2      | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 1.5             | 0.5             | 8.9  | 23.3       | 63.9      | 2.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 0.5             | 1.9             | 7.2  | 23.0       | 67.0      | 0.5  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 1.1             | 0.8             | 10.5 | 21.6       | 64.3      | 1.6  |

## 응답자 특성

## 6) &lt;한글 글자는 배우기 쉽다&gt;

- ✓ 66.4%가 '그렇다'고 응답함.
- ✓ 연령별로는 15~19세(77.2%)의 응답이 가장 높음.
- ✓ 학력별로는 '중학교 졸업 이하'(44.0%)에서 가장 낮음.

&lt;표 II-3-14&gt; 한글에 대한 인식\_한글 글자는 배우기 쉽다

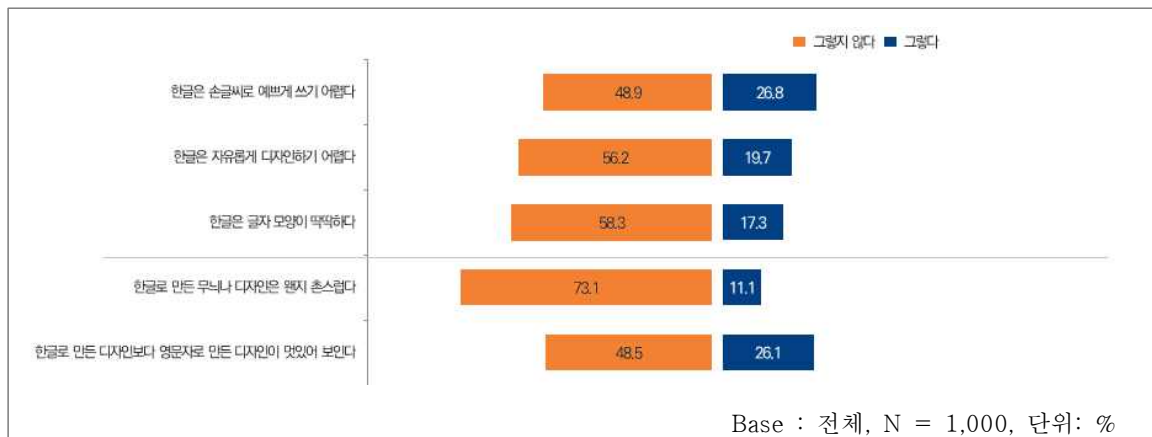
(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 2.1             | 10.3            | 20.0 | 29.0       | 37.4      | 1.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 1.8             | 9.6             | 19.1 | 31.0       | 36.7      | 1.8  |
|               | 여성         | (491)   | 2.4             | 11.0            | 21.0 | 26.9       | 38.1      | 0.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 8.6             | 11.4 | 34.3       | 42.9      | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 1.8             | 11.7            | 18.7 | 27.5       | 38.6      | 1.8  |
|               | 30대        | (186)   | 4.3             | 6.5             | 23.7 | 28.5       | 36.0      | 1.1  |
|               | 40대        | (212)   | 1.9             | 13.7            | 18.9 | 29.7       | 34.9      | 0.9  |
|               | 50대        | (212)   | 0.5             | 11.3            | 19.8 | 28.8       | 38.2      | 1.4  |
|               | 60대        | (149)   | 2.7             | 8.1             | 22.8 | 28.2       | 37.6      | 0.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 8.0             | 16.0            | 28.0 | 4.0        | 40.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 1.5             | 9.1             | 19.4 | 27.0       | 42.6      | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 1.9             | 10.8            | 20.1 | 30.5       | 35.1      | 1.6  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 3.5             | 8.2             | 18.8 | 31.8       | 37.6      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 3.9             | 11.6            | 19.4 | 23.2       | 41.3      | 0.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 1.6             | 10.8            | 19.6 | 29.4       | 37.6      | 1.1  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.8             | 9.4             | 21.5 | 32.8       | 33.6      | 1.9  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 3.5             | 9.4             | 19.3 | 27.7       | 39.1      | 1.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 2.4             | 11.5            | 15.8 | 32.1       | 36.4      | 1.9  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 2.0             | 10.0            | 21.1 | 28.2       | 37.7      | 1.0  |

### ○ 한글에 대한 인식\_조형성

- 한글의 조형성에 관한 부정적인 진술에 대해 ‘그렇지 않다’는 비율이 높음.
- “한글은 손글씨로 예쁘게 쓰기 어렵다”라는 질문에 48.9%, “한글은 자유롭게 디자인하기 어렵다”라는 질문은 56.2%가 ‘그렇지 않다’고 응답함.
- “한글은 글자 모양이 딱딱하다”와 “한글로 만든 무늬나 디자인은 왠지 촌스럽다”라는 질문에는 각각 58.3%, 73.1%가 ‘그렇지 않다’고 응답함.
- “한글로 만든 디자인보다 영문자로 만든 디자인이 멋있어 보인다”라는 질문에는 48.5%가 ‘그렇지 않다’고 응답함.

<그림 II-3-4> 한글에 대한 인식\_조형성



## 응답자 특성

## 7) &lt;한글은 손글씨로 예쁘게 쓰기 어렵다&gt;

- ✓ 48.9%가 '그렇지 않다'라고 응답함.
- ✓ 여성(54.2%)이 남성(43.8%) 보다 '그렇지 않다'는 비율이 더 높음.
- ✓ 판매/서비스직(56.1%), 경영관리/전문직(56.0%), 전업주부(53.3%) 순으로 '그렇지 않다'는 비율이 높음.
- ✓ 가구소득이 높을수록 '그렇지 않다'는 비율이 높음.

&lt;표 II-3-15&gt; 한글에 대한 인식\_한글은 손글씨로 예쁘게 쓰기 어렵다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 16.1            | 32.8            | 23.7 | 18.3       | 8.5       | 0.6  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 14.9            | 28.9            | 25.9 | 20.6       | 9.0       | 0.6  |
|               | 여성         | (491)   | 17.3            | 36.9            | 21.4 | 15.9       | 7.9       | 0.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 22.9            | 25.7            | 30.0 | 17.1       | 4.3       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 9.9             | 36.3            | 24.6 | 18.1       | 10.5      | 0.6  |
|               | 30대        | (186)   | 15.1            | 26.3            | 25.3 | 25.3       | 7.5       | 0.5  |
|               | 40대        | (212)   | 15.6            | 34.0            | 20.3 | 19.8       | 9.4       | 0.9  |
|               | 50대        | (212)   | 17.9            | 31.1            | 23.1 | 17.0       | 9.9       | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 19.5            | 40.9            | 23.5 | 10.1       | 6.0       | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 8.0             | 20.0            | 32.0 | 16.0       | 16.0      | 8.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 20.2            | 31.2            | 21.3 | 19.4       | 7.6       | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 14.5            | 34.6            | 23.3 | 18.7       | 8.6       | 0.3  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 17.6            | 28.2            | 31.8 | 12.9       | 8.2       | 1.2  |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 10.5            | 21.1            | 26.3 | 15.8       | 15.8      | 10.5 |
|               | 자영업        | (91)    | 17.6            | 31.9            | 24.2 | 19.8       | 6.6       | 0.0  |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 17.5            | 38.6            | 22.8 | 15.8       | 5.3       | 0.0  |
|               | 기술/일반작업직   | (121)   | 14.9            | 29.8            | 24.8 | 23.1       | 7.4       | 0.0  |
|               | 사무직        | (248)   | 11.7            | 31.9            | 22.2 | 23.4       | 10.5      | 0.4  |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 24.1            | 31.9            | 19.8 | 10.3       | 12.1      | 1.7  |
|               | 전업주부       | (152)   | 15.8            | 37.5            | 21.7 | 18.4       | 6.6       | 0.0  |
|               | 학생         | (125)   | 17.6            | 29.6            | 29.6 | 16.8       | 6.4       | 0.0  |
|               | 기타         | (71)    | 16.9            | 38.0            | 26.8 | 8.5        | 8.5       | 1.4  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 18.1            | 27.7            | 28.4 | 14.2       | 9.0       | 2.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 16.4            | 29.1            | 23.5 | 22.0       | 9.0       | 0.0  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 13.2            | 35.8            | 23.8 | 18.9       | 7.9       | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 17.8            | 39.6            | 20.3 | 13.9       | 7.9       | 0.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 12.0            | 38.3            | 16.7 | 23.9       | 8.6       | 0.5  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 17.2            | 31.4            | 25.5 | 16.8       | 8.5       | 0.6  |

## 응답자 특성

### 8) <한글은 자유롭게 디자인하기 어렵다>

- ✓ 56.2%가 '그렇지 않다'고 응답함.
- ✓ 남성(51.9%)보다 여성(60.7%)에서 '그렇지 않다'는 응답이 높음.
- ✓ 학력, 소득이 높을수록 '그렇지 않다'는 응답이 높음.

<표 II-3-16> 한글에 대한 인식\_한글은 자유롭게 디자인하기 어렵다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 18.6            | 37.6            | 23.0 | 12.2       | 7.5       | 1.1  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 19.4            | 32.4            | 25.5 | 11.8       | 9.4       | 1.4  |
|               | 여성         | (491)   | 17.7            | 43.0            | 20.4 | 12.6       | 5.5       | 0.8  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 15.7            | 38.6            | 25.7 | 12.9       | 7.1       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 13.5            | 42.1            | 19.3 | 12.3       | 9.9       | 2.9  |
|               | 30대        | (186)   | 19.4            | 36.0            | 20.4 | 14.0       | 9.1       | 1.1  |
|               | 40대        | (212)   | 15.6            | 36.8            | 26.4 | 11.8       | 9.0       | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 21.7            | 34.0            | 24.1 | 12.7       | 6.6       | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 24.8            | 40.3            | 22.8 | 9.4        | 2.0       | 0.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 12.0            | 20.0            | 36.0 | 12.0       | 12.0      | 8.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 20.9            | 34.2            | 21.3 | 15.6       | 7.6       | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 17.5            | 39.2            | 23.3 | 11.2       | 7.5       | 1.3  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 21.2            | 41.2            | 22.4 | 9.4        | 5.9       | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 21.3            | 26.5            | 29.0 | 13.5       | 7.7       | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 18.3            | 33.9            | 24.1 | 13.0       | 9.3       | 1.6  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 17.4            | 43.8            | 19.2 | 11.3       | 7.5       | 0.8  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 18.8            | 45.0            | 21.3 | 10.9       | 4.0       | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 15.3            | 39.2            | 23.4 | 11.5       | 9.6       | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 19.5            | 37.2            | 22.9 | 12.4       | 7.0       | 1.1  |



## 응답자 특성

## 9) &lt;한글은 글자 모양이 딱딱하다&gt;

- ✓ 응답자의 58.3%가 ‘그렇지 않다’라고 응답함.
- ✓ 직업별로는 ‘경영관리/전문직’(65.5%)에서 ‘그렇지 않다’는 응답이 많음.
- ✓ 가구소득이 높을수록 ‘그렇지 않다’는 비율이 높음.

&lt;표 II-3-17&gt; 한글에 대한 인식\_한글은 글자 모양이 딱딱하다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 20.8            | 37.5            | 23.3 | 12.1       | 5.2       | 1.1  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 23.0            | 34.4            | 25.1 | 10.4       | 5.7       | 1.4  |
|               | 여성         | (491)   | 18.5            | 40.7            | 21.4 | 13.8       | 4.7       | 0.8  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 27.1            | 28.6            | 27.1 | 12.9       | 4.3       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 12.3            | 39.2            | 25.7 | 14.6       | 5.3       | 2.9  |
|               | 30대        | (186)   | 19.9            | 33.3            | 25.3 | 12.4       | 7.0       | 2.2  |
|               | 40대        | (212)   | 21.2            | 36.3            | 23.6 | 12.3       | 6.1       | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 22.6            | 38.7            | 21.7 | 11.3       | 5.2       | 0.5  |
|               | 60대        | (149)   | 25.5            | 45.0            | 18.1 | 9.4        | 2.0       | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 20.0            | 20.0            | 36.0 | 8.0        | 12.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 26.2            | 31.9            | 23.6 | 13.7       | 4.2       | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 19.1            | 40.0            | 22.6 | 11.5       | 5.3       | 1.4  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 16.5            | 41.2            | 23.5 | 12.9       | 5.9       | 0.0  |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 15.8            | 26.3            | 10.5 | 31.6       | 10.5      | 5.3  |
|               | 자영업        | (91)    | 18.7            | 38.5            | 20.9 | 15.4       | 4.4       | 2.2  |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 21.1            | 35.1            | 26.3 | 14.0       | 1.8       | 1.8  |
|               | 기술/일반작업직   | (121)   | 20.7            | 32.2            | 27.3 | 12.4       | 6.6       | 0.8  |
|               | 사무직        | (248)   | 16.1            | 38.3            | 24.6 | 12.9       | 8.1       | 0.0  |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 23.3            | 41.4            | 17.2 | 6.9        | 10.3      | 0.9  |
|               | 전업주부       | (152)   | 16.4            | 41.4            | 23.7 | 12.5       | 5.3       | 0.7  |
|               | 학생         | (125)   | 14.4            | 42.4            | 20.8 | 10.4       | 10.4      | 1.6  |
|               | 기타         | (71)    | 26.8            | 25.4            | 25.4 | 9.9        | 9.9       | 2.8  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 24.5            | 31.6            | 28.4 | 10.3       | 3.2       | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 20.9            | 33.1            | 24.1 | 14.6       | 6.3       | 1.1  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 17.7            | 40.0            | 23.0 | 12.5       | 5.7       | 1.1  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 21.8            | 47.0            | 18.3 | 8.4        | 4.0       | 0.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 20.6            | 36.8            | 22.5 | 11.5       | 7.2       | 1.4  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 20.9            | 37.7            | 23.5 | 12.3       | 4.7       | 1.0  |

## 응답자 특성

10) <한글로 만든 무늬나 디자인은 왠지 촌스럽다>

- ✓ ‘그렇지 않다’는 응답이 73.1%임.
- ✓ 여성(74.3%)이 남성(71.9%)보다 ‘그렇지 않다’는 응답이 더 높음.
- ✓ 학력이 높을수록 ‘그렇지 않다’는 비율이 높음.

<표 II-3-18> 한글에 대한 인식\_한글로 만든 무늬나 디자인은 왠지 촌스럽다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 37.0            | 36.1            | 15.2 | 6.7        | 4.4       | 0.6  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 36.0            | 36.0            | 14.9 | 7.5        | 5.1       | 0.6  |
|               | 여성         | (491)   | 38.1            | 36.3            | 15.5 | 5.9        | 3.7       | 0.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 30.0            | 41.4            | 17.1 | 8.6        | 2.9       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 31.6            | 40.4            | 12.3 | 8.8        | 6.4       | 0.6  |
|               | 30대        | (186)   | 31.7            | 40.3            | 13.4 | 7.0        | 6.5       | 1.1  |
|               | 40대        | (212)   | 33.5            | 36.8            | 17.5 | 8.5        | 3.3       | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 42.9            | 30.2            | 16.5 | 5.2        | 4.2       | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 49.7            | 30.9            | 14.8 | 2.7        | 2.0       | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 36.0            | 20.0            | 28.0 | 8.0        | 4.0       | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 44.9            | 26.2            | 16.0 | 8.0        | 4.6       | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 33.8            | 41.0            | 14.0 | 6.2        | 4.3       | 0.6  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 36.5            | 35.3            | 17.6 | 5.9        | 4.7       | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 38.1            | 31.0            | 20.6 | 7.1        | 1.9       | 1.3  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 34.7            | 37.0            | 13.8 | 7.7        | 6.1       | 0.8  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 36.2            | 35.8            | 15.5 | 6.0        | 6.0       | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 41.6            | 38.6            | 13.4 | 5.4        | 1.0       | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 36.8            | 34.4            | 13.9 | 9.1        | 4.8       | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 37.0            | 36.5            | 15.5 | 6.1        | 4.3       | 0.5  |

## 응답자 특성

11) &lt;한글로 만든 디자인보다 영문자로 만든 디자인이 멋있어 보인다&gt;

- ✓ ‘그렇지 않다’는 응답은 48.5%임.
- ✓ 남성(44.6%)보다 여성(52.5%)의 ‘그렇지 않다’는 응답이 많음.
- ✓ 학력이 높을수록 ‘그렇지 않다’고 응답한 비율이 높음.

&lt;표 II-3-19&gt; 한글에 대한 인식\_한글로 만든 디자인보다 영문자로 만든 디자인이 멋있어 보인다

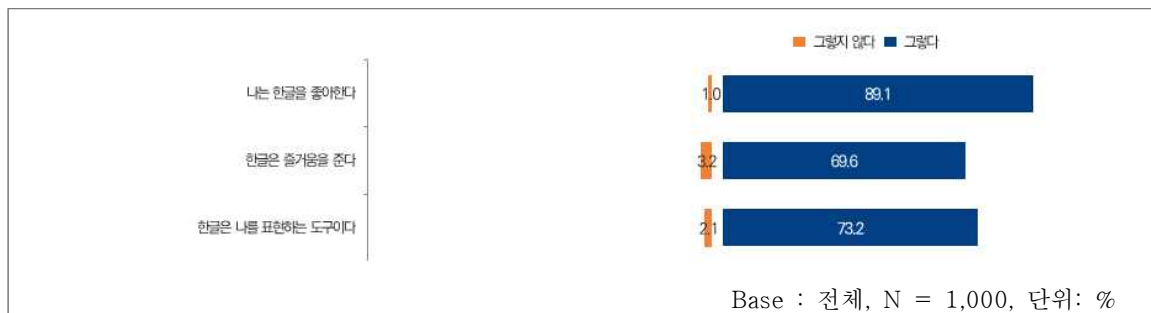
(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 21.4            | 27.1            | 24.9 | 15.6       | 10.5      | 0.5  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 21.8            | 22.8            | 23.4 | 20.0       | 11.2      | 0.8  |
|               | 여성         | (491)   | 21.0            | 31.6            | 26.5 | 11.0       | 9.8       | 0.2  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 15.7            | 22.9            | 32.9 | 22.9       | 5.7       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 14.0            | 28.7            | 26.9 | 16.4       | 12.3      | 1.8  |
|               | 30대        | (186)   | 18.8            | 28.0            | 25.8 | 16.1       | 10.8      | 0.5  |
|               | 40대        | (212)   | 20.3            | 27.4            | 24.1 | 16.0       | 12.3      | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 25.0            | 20.8            | 27.4 | 14.6       | 11.8      | 0.5  |
|               | 60대        | (149)   | 32.2            | 34.9            | 15.4 | 11.4       | 6.0       | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 12.0            | 20.0            | 28.0 | 8.0        | 28.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 25.9            | 24.0            | 27.0 | 11.0       | 11.8      | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 19.0            | 29.8            | 23.9 | 17.2       | 9.6       | 0.5  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 28.2            | 18.8            | 24.7 | 20.0       | 8.2       | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 24.5            | 23.9            | 24.5 | 13.5       | 12.3      | 1.3  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 18.8            | 25.7            | 26.7 | 16.1       | 11.9      | 0.8  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 21.9            | 28.7            | 24.5 | 16.6       | 8.3       | 0.0  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 23.3            | 30.2            | 22.3 | 14.9       | 9.4       | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 17.2            | 29.7            | 23.0 | 13.9       | 16.3      | 0.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 22.5            | 26.4            | 25.4 | 16.1       | 9.0       | 0.6  |

○ 한글에 대한 인식\_일체감

- 한글에 대한 일체감에 대해 ‘그렇다’는 비율이 높음.
- “나는 한글을 좋아한다”라는 질문에 89.1%, “한글은 즐거움을 준다”라는 질문은 69.6%가 ‘그렇다’고 응답함.
- “한글은 나를 표현하는 도구이다”라는 질문에는 73.2%가 ‘그렇지 않다’고 응답함.

<그림 II-3-5> 한글에 대한 인식\_일체감



## 응답자 특성

12) &lt;나는 한글을 좋아한다&gt;

✓ '그렇다'는 응답이 89.1%임.

&lt;표 II-3-20&gt; 한글에 대한 인식\_나는 한글을 좋아한다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.4             | 0.6             | 9.2  | 31.7       | 57.4      | 0.7  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 0.4             | 1.0             | 11.0 | 31.4       | 55.2      | 1.0  |
|               | 여성         | (491)   | 0.4             | 0.2             | 7.3  | 32.0       | 59.7      | 0.4  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 0.0             | 10.0 | 41.4       | 47.1      | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 0.0             | 1.8             | 9.9  | 39.8       | 48.0      | 0.6  |
|               | 30대        | (186)   | 0.5             | 0.5             | 9.1  | 32.3       | 57.5      | 0.0  |
|               | 40대        | (212)   | 0.5             | 0.5             | 11.8 | 33.5       | 53.3      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 0.0             | 0.0             | 8.5  | 26.9       | 63.2      | 1.4  |
|               | 60대        | (149)   | 0.7             | 0.7             | 5.4  | 21.5       | 70.5      | 1.3  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 0.0             | 16.0 | 16.0       | 64.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 0.4             | 0.8             | 9.1  | 30.0       | 59.7      | 0.0  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.5             | 0.5             | 9.1  | 32.9       | 56.3      | 0.8  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 1.2             | 8.2  | 32.9       | 56.5      | 1.2  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 0.6             | 0.6             | 13.5 | 28.4       | 56.1      | 0.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.0             | 1.1             | 7.9  | 33.9       | 56.6      | 0.5  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.4             | 0.0             | 9.4  | 32.1       | 57.7      | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 1.0             | 0.5             | 7.9  | 29.7       | 59.4      | 1.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 1.0             | 0.5             | 9.6  | 28.7       | 59.8      | 0.5  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.3             | 0.6             | 9.1  | 32.5       | 56.8      | 0.8  |

## 응답자 특성

### 13) <한글은 즐거움을 준다>

- ✓ 응답자의 69.6%가 '그렇다'고 응답함.
- ✓ 여성(73.2%)이 남성(66.2%)보다 높음.
- ✓ 연령이 높을수록, 전업주부, 초중고생 자녀가 있는 경우, '그렇다'는 응답이 많음.

<표 II-3-21> 한글에 대한 인식\_한글은 즐거움을 준다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.9             | 2.3             | 26.2 | 35.0       | 34.6      | 1.0  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 1.2             | 3.3             | 28.3 | 34.2       | 32.0      | 1.0  |
|               | 여성         | (491)   | 0.6             | 1.2             | 24.0 | 35.8       | 37.3      | 1.0  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 5.7             | 31.4 | 40.0       | 21.4      | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 1.8             | 2.9             | 30.4 | 31.6       | 31.0      | 2.3  |
|               | 30대        | (186)   | 0.5             | 3.8             | 28.0 | 31.2       | 34.9      | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 1.4             | 2.4             | 26.4 | 37.3       | 32.1      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 0.0             | 0.0             | 22.2 | 36.8       | 40.1      | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 0.7             | 1.3             | 22.1 | 35.6       | 40.3      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 8.0             | 16.0 | 24.0       | 44.0      | 8.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 1.1             | 2.3             | 24.7 | 34.6       | 36.9      | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 1.0             | 1.8             | 27.3 | 36.5       | 32.5      | 1.0  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 4.7             | 25.9 | 28.2       | 40.0      | 1.2  |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 0.0             | 5.3             | 15.8 | 15.8       | 63.2      | 0.0  |
|               | 자영업        | (91)    | 0.0             | 0.0             | 8.8  | 24.2       | 65.9      | 1.1  |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 1.8             | 1.8             | 10.5 | 28.1       | 57.9      | 0.0  |
|               | 기술/일반작업직   | (121)   | 0.0             | 0.0             | 10.7 | 35.5       | 53.7      | 0.0  |
|               | 사무직        | (248)   | 0.4             | 0.8             | 8.1  | 35.1       | 55.2      | 0.4  |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 0.0             | 0.0             | 7.8  | 28.4       | 61.2      | 2.6  |
|               | 전업주부       | (152)   | 0.7             | 0.0             | 7.9  | 32.2       | 58.6      | 0.7  |
|               | 학생         | (125)   | 0.8             | 0.0             | 10.4 | 37.6       | 51.2      | 0.0  |
|               | 기타         | (71)    | 0.0             | 2.8             | 11.3 | 23.9       | 60.6      | 1.4  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 1.3             | 4.5             | 27.7 | 29.7       | 35.5      | 1.3  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.5             | 1.9             | 26.7 | 36.8       | 33.6      | 0.5  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.8             | 2.6             | 27.9 | 33.2       | 34.3      | 1.1  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 1.5             | 1.0             | 21.8 | 38.1       | 36.1      | 1.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 1.0             | 2.9             | 22.0 | 39.7       | 33.5      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.9             | 2.1             | 27.3 | 33.8       | 34.9      | 1.0  |

## 응답자 특성

14) &lt;한글은 나를 표현하는 도구이다&gt;

✓ '그렇다'는 응답이 73.2%임.

✓ 장년층(40~60대), 소득이 높을수록 '그렇다'는 비율이 높음.

&lt;표 II-3-22&gt; 한글에 대한 인식\_한글은 나를 표현하는 도구이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 0.6             | 1.5             | 23.5 | 35.1       | 38.1      | 1.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 0.8             | 0.8             | 24.6 | 37.5       | 35.4      | 1.0  |
|               | 여성         | (491)   | 0.4             | 2.2             | 22.4 | 32.6       | 40.9      | 1.4  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 0.0             | 1.4             | 25.7 | 37.1       | 32.9      | 2.9  |
|               | 20대        | (171)   | 1.2             | 2.3             | 27.5 | 33.9       | 32.7      | 2.3  |
|               | 30대        | (186)   | 1.1             | 1.1             | 30.1 | 29.0       | 37.1      | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 0.5             | 1.4             | 25.5 | 39.6       | 32.5      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 0.0             | 1.4             | 16.5 | 36.3       | 44.8      | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 0.7             | 1.3             | 16.8 | 34.9       | 46.3      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 4.0             | 16.0 | 36.0       | 40.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 0.8             | 0.8             | 24.7 | 30.4       | 42.6      | 0.8  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 0.6             | 1.8             | 22.8 | 38.0       | 35.4      | 1.4  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 1.2             | 27.1 | 28.2       | 43.5      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 0.6             | 1.3             | 25.8 | 31.6       | 38.7      | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.5             | 1.1             | 25.1 | 36.5       | 35.7      | 1.1  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.8             | 1.5             | 23.0 | 34.3       | 39.2      | 1.1  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 0.5             | 2.5             | 19.3 | 36.1       | 40.6      | 1.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 1.4             | 0.5             | 21.5 | 37.8       | 37.3      | 1.4  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 0.4             | 1.8             | 24.0 | 34.4       | 38.3      | 1.1  |

## 라. 한글의 범위

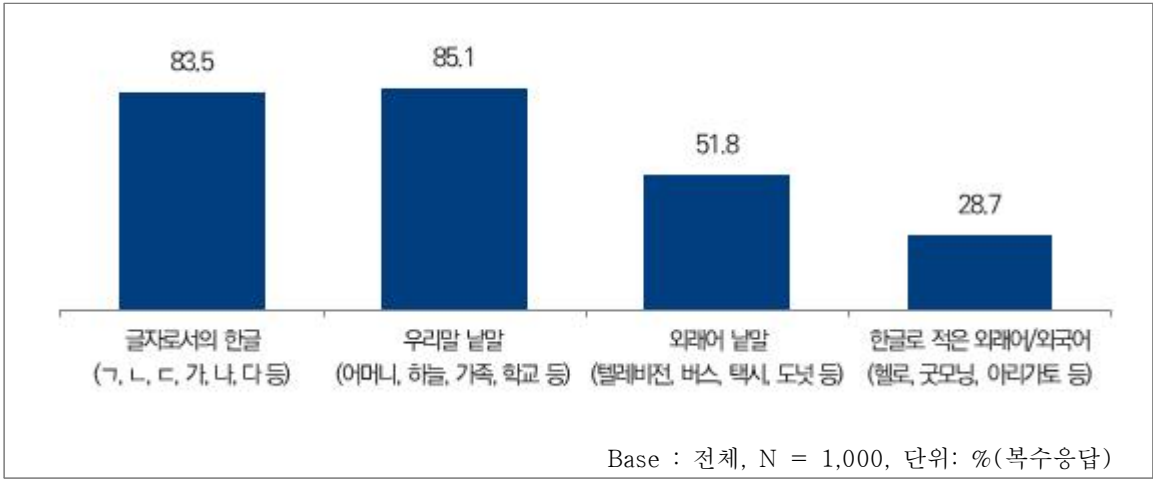
문4

귀하는 다음 보기 가운데 **한글의 범위**에 들어가는 것은 무엇이라고 생각하십니까?  
해당하는 보기에 모두 표시해주시요.

### ○ 한글의 범위

- 응답자들이 한글을 문자로 한정하고 있는지, 언어로 의미를 확장하고 있는지, ‘한글 이름’ 등의 표현에서 볼 수 있듯이 ‘한글’이 특정 어휘 부류를 의미하는 경우가 있는데 언어로서는 어느 어휘 부류까지 포괄하여 생각하는지를 파악하기 위하여 한글의 범위를 분류하여 질문함.
- ‘외래어 낱말(텔레비전, 버스 등)’까지라고 응답한 비율은 51.8%이며, ‘한글로 적은 외래어/외국어’까지라고 응답한 비율은 28.7%로 나타남.

<그림 II-3-6> 한글의 범위





## 응답자 특성

- ✓ 남성이 여성보다 한글의 범위를 외래어 낱말과 한글로 적은 외래어/외국어까지 포함하는 비율이 높음.
- ✓ 학력과 소득이 높을수록 외래어 낱말까지 한글의 범위로 포함하는 비율이 높음.

&lt;표 II-3-23&gt; 한글의 범위

(복수응답, 단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 글자로서의 한글 | 우리말 낱말 | 외래어 낱말 | 한글로 적은 외래어/외국어 |
|------------|------------|---------|----------|--------|--------|----------------|
| 전체         |            | (1,000) | 83.5     | 85.1   | 51.8   | 28.7           |
| 성별         | 남성         | (509)   | 84.7     | 83.3   | 56.0   | 31.6           |
|            | 여성         | (491)   | 82.3     | 87.0   | 47.5   | 25.7           |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 88.6     | 82.9   | 44.3   | 32.9           |
|            | 20대        | (171)   | 86.5     | 86.5   | 52.6   | 24.6           |
|            | 30대        | (186)   | 81.7     | 82.3   | 57.5   | 29.0           |
|            | 40대        | (212)   | 81.6     | 86.8   | 58.5   | 32.1           |
|            | 50대        | (212)   | 81.6     | 84.9   | 47.2   | 26.9           |
|            | 60대        | (149)   | 85.2     | 85.9   | 44.3   | 28.9           |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 80.0     | 64.0   | 32.0   | 24.0           |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 82.9     | 81.4   | 37.6   | 25.1           |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 84.1     | 87.2   | 56.6   | 29.3           |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 82.4     | 87.1   | 65.9   | 36.5           |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 84.2     | 73.7   | 36.8   | 21.1           |
|            | 자영업        | (91)    | 85.7     | 84.6   | 48.4   | 30.8           |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 87.7     | 75.4   | 38.6   | 26.3           |
|            | 기술/일반작업직   | (121)   | 81.0     | 81.8   | 55.4   | 32.2           |
|            | 사무직        | (248)   | 82.7     | 88.7   | 58.1   | 28.2           |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 81.9     | 88.8   | 59.5   | 34.5           |
|            | 전업주부       | (152)   | 78.3     | 86.8   | 40.8   | 19.7           |
|            | 학생         | (125)   | 92.0     | 88.8   | 55.2   | 32.0           |
|            | 기타         | (71)    | 83.1     | 73.2   | 47.9   | 29.6           |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 81.9     | 78.1   | 38.7   | 26.5           |
|            | 200~399만원  | (378)   | 83.1     | 83.3   | 48.1   | 29.9           |
|            | 400~599만원  | (265)   | 83.4     | 87.9   | 59.2   | 24.9           |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 85.6     | 90.1   | 58.9   | 33.2           |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 84.7     | 88.0   | 49.8   | 23.4           |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 83.2     | 84.3   | 52.3   | 30.1           |

## 마. 한글과 한국어의 구별

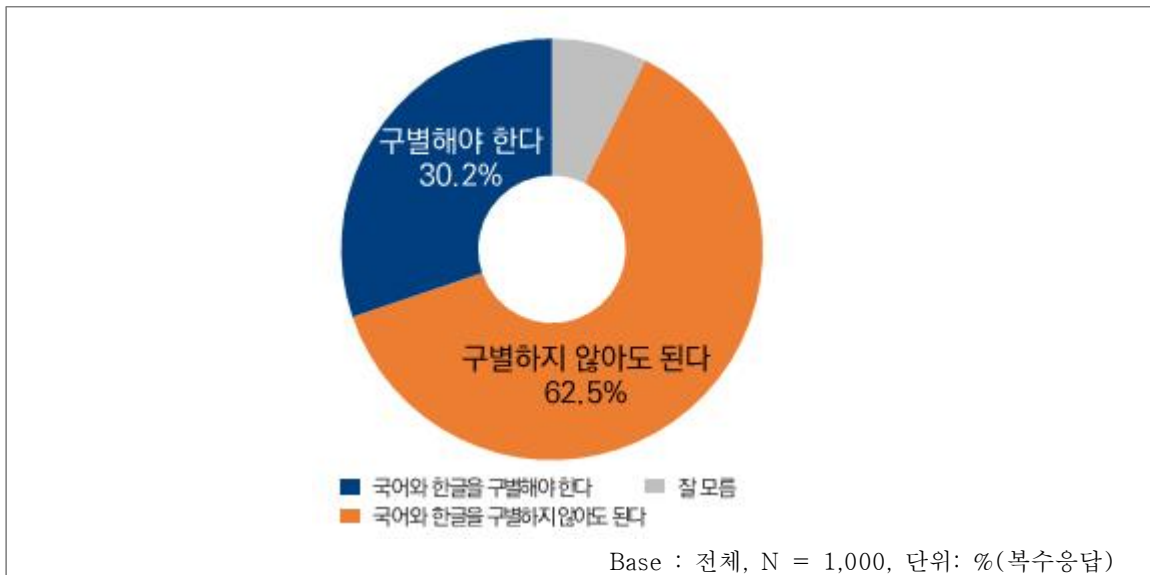
문5

귀하는 다음 두 개의 의견 가운데 어느 쪽에 더 가까우십니까?

### ○ 한글과 한국어의 구별

- “한국어와 한글, 즉 언어와 문자는 다르므로 ‘국어’와 ‘한글’은 구별해야 한다”는 의견은 30.2%이며, “한글이 한국어를 적는 고유의 문자이므로 ‘국어’와 ‘한글’을 굳이 구별하지 않아도 된다”는 의견은 62.5%임.

<그림 II-3-7> 한글과 한국어의 구별



## 응답자 특성

- ✓ 한글이 한국어를 적는 고유의 문자이므로 ‘국어’와 ‘한글’을 굳이 구별하지 않아도 된다는 응답은 62.5%임.
- ✓ 연령과 학력, 소득이 높을수록 “굳이 구별하지 않아도 된다”는 비율이 높음.
- ✓ 초중고생 자녀가 있는 경우(67.0%)에 “굳이 구별하지 않아도 된다”는 비율이 높음.

&lt;표 II-3-24&gt; 한글과 한국어의 구별

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 한글/한국어<br>구별해야 한다 | 한글/한국어<br>구별하지 않아도 된다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-------------------|-----------------------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 30.2              | 62.5                  | 7.3  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 31.4              | 62.5                  | 6.1  |
|               | 여성         | (491)   | 28.9              | 62.5                  | 8.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 40.0              | 48.6                  | 11.4 |
|               | 20대        | (171)   | 38.0              | 52.6                  | 9.4  |
|               | 30대        | (186)   | 32.3              | 58.1                  | 9.7  |
|               | 40대        | (212)   | 30.7              | 67.0                  | 2.4  |
|               | 50대        | (212)   | 25.5              | 68.4                  | 6.1  |
|               | 60대        | (149)   | 20.1              | 71.1                  | 8.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 40.0              | 36.0                  | 24.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 30.0              | 62.4                  | 7.6  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 30.1              | 63.3                  | 6.5  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 28.2              | 64.7                  | 7.1  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 36.8              | 55.5                  | 7.7  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 29.4              | 60.6                  | 10.1 |
|               | 400~599만원  | (265)   | 31.3              | 64.5                  | 4.2  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 25.2              | 68.8                  | 5.9  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 29.2              | 67.0                  | 3.8  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 30.5              | 61.3                  | 8.2  |

## 2. 한글 사용실태

### 가. 한글을 읽는 시간

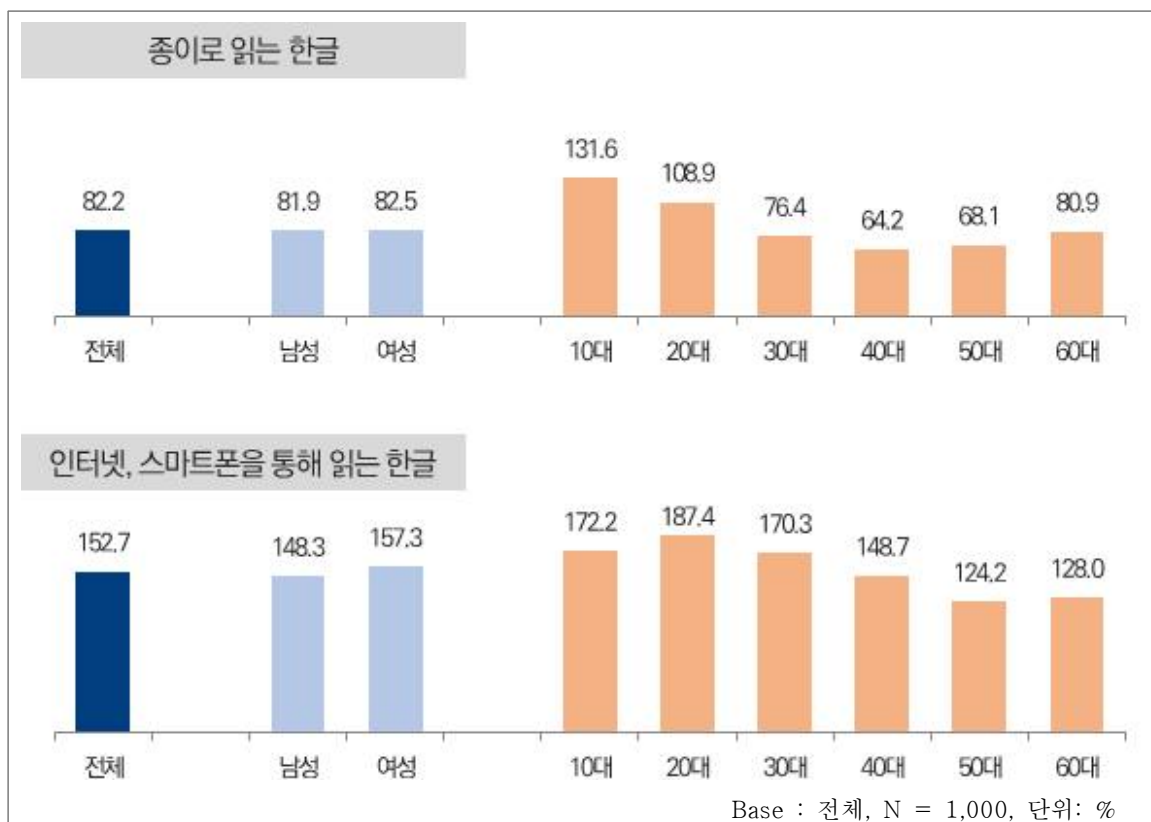
문6

귀하는 한글로 된 책, 신문 등 종이문서나 인터넷, 스마트폰 등을 읽는 시간이 하루 평균 어느 정도 되십니까? 학습, 독서, 업무, 취미, 여가활동 등을 모두 포함해서 말씀해주세요.  
(지난 일주일을 기준으로 하루 평균 읽는 시간)

#### ○ 한글을 읽는 시간

- 책, 신문, 문서 등 종이를 통해 한글을 읽는 시간은 하루 평균 1시간 22.2분임.
- 인터넷, 스마트폰 등을 통해 읽는 시간은 하루 평균 2시간 32.7분임.
- 전 연령대에서 인쇄물보다 인터넷, 스마트폰 등 전자기기를 통해 한글을 읽는 시간이 많음.

<그림 II-3-8> 한글을 읽는 시간



## 응답자 특성

- ✓ 연령별로는 10대(131.6분), 20대(108.9분), 60대(80.9분) 순으로 나타남.
- ✓ 직업별로는 학생(128.2분), 경영관리/전문직(80.6분), 사무직(80.5분) 순임.

&lt;표 II-3-25&gt; 한글을 읽는 시간\_종이로 보는 글

(단위: 명, %, 분)

| 구 분           |            | 사례수     | 30분 미만 | 30분~<br>1시간 미만 | 1시간~<br>2시간 미만 | 2시간~<br>4시간 미만 | 4시간<br>이상 | 평균(분) |
|---------------|------------|---------|--------|----------------|----------------|----------------|-----------|-------|
| 전체            |            | (1,000) | 13.3   | 23.8           | 38.8           | 17.6           | 6.5       | 82.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 13.6   | 23.6           | 38.7           | 18.5           | 5.7       | 81.9  |
|               | 여성         | (491)   | 13.0   | 24.0           | 38.9           | 16.7           | 7.3       | 82.5  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 10.0   | 12.9           | 34.3           | 22.9           | 20.0      | 131.6 |
|               | 20대        | (171)   | 7.0    | 15.8           | 40.4           | 25.1           | 11.7      | 108.9 |
|               | 30대        | (186)   | 15.6   | 21.5           | 39.8           | 19.4           | 3.8       | 76.4  |
|               | 40대        | (212)   | 15.1   | 34.0           | 35.4           | 11.3           | 4.2       | 64.2  |
|               | 50대        | (212)   | 15.6   | 25.0           | 42.5           | 14.2           | 2.8       | 68.1  |
|               | 60대        | (149)   | 13.4   | 24.8           | 37.6           | 18.1           | 6.0       | 80.9  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 20.0   | 20.0           | 48.0           | 8.0            | 4.0       | 59.4  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 15.6   | 25.5           | 32.7           | 17.5           | 8.7       | 88.2  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 13.1   | 23.1           | 41.1           | 16.7           | 5.9       | 80.1  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 5.9    | 24.7           | 37.6           | 27.1           | 4.7       | 85.2  |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 15.8   | 31.6           | 31.6           | 15.8           | 5.3       | 74.2  |
|               | 자영업        | (91)    | 13.2   | 25.3           | 49.5           | 9.9            | 2.2       | 69.5  |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 17.5   | 14.0           | 40.4           | 24.6           | 3.5       | 80.2  |
|               | 기술/일반직업직   | (121)   | 19.8   | 24.8           | 32.2           | 17.4           | 5.8       | 73.6  |
|               | 사무직        | (248)   | 9.3    | 27.4           | 39.1           | 19.0           | 5.2       | 80.5  |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 12.9   | 20.7           | 40.5           | 21.6           | 4.3       | 80.6  |
|               | 전업주부       | (152)   | 19.1   | 31.6           | 37.5           | 7.9            | 3.9       | 58.3  |
|               | 학생         | (125)   | 7.2    | 11.2           | 36.8           | 28.0           | 16.8      | 128.2 |
|               | 기타         | (71)    | 11.3   | 23.9           | 39.4           | 14.1           | 11.3      | 95.3  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 16.8   | 18.1           | 40.0           | 19.4           | 5.8       | 83.1  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 16.1   | 23.8           | 35.4           | 17.2           | 7.4       | 81.2  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 12.1   | 22.3           | 40.8           | 18.9           | 6.0       | 84.3  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 6.9    | 30.2           | 41.6           | 15.3           | 5.9       | 80.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 10.5   | 28.2           | 44.0           | 13.9           | 3.3       | 69.6  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 14.0   | 22.6           | 37.4           | 18.6           | 7.3       | 85.5  |

## 응답자 특성

- ✓ 청년층(10~30대)가 장년층(40~60대)에 비해 인터넷, 스마트폰으로 한글을 읽는 시간이 많음.
- ✓ 직업별로는 판매/서비스직(181.8분), 학생(179.1분), 사무직(164.0분) 순임.

<표 II-3-26> 한글을 읽는 시간\_인터넷, 스마트폰으로 보는 글

(단위: 명, %, 분)

| 구 분        |            | 사례수     | 30분 미만 | 30분~1시간 미만 | 1시간~2시간 미만 | 2시간~4시간 미만 | 4시간 이상 | 평균(분) |
|------------|------------|---------|--------|------------|------------|------------|--------|-------|
| 전체         |            | (1,000) | 2.5    | 10.4       | 25.3       | 41.5       | 20.3   | 152.7 |
| 성별         | 남성         | (509)   | 2.6    | 10.2       | 28.1       | 39.1       | 20.0   | 148.3 |
|            | 여성         | (491)   | 2.4    | 10.6       | 22.4       | 44.0       | 20.6   | 157.3 |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 1.4    | 7.1        | 21.4       | 37.1       | 32.9   | 172.2 |
|            | 20대        | (171)   | 0.6    | 5.3        | 22.2       | 40.9       | 31.0   | 187.4 |
|            | 30대        | (186)   | 1.1    | 7.0        | 24.7       | 43.0       | 24.2   | 170.3 |
|            | 40대        | (212)   | 3.3    | 9.9        | 26.4       | 40.6       | 19.8   | 148.7 |
|            | 50대        | (212)   | 4.7    | 14.6       | 29.7       | 40.6       | 10.4   | 124.2 |
|            | 60대        | (149)   | 2.7    | 16.8       | 23.5       | 45.0       | 12.1   | 128.0 |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0    | 16.0       | 32.0       | 52.0       | 0.0    | 107.4 |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 5.3    | 9.9        | 25.1       | 39.5       | 20.2   | 146.3 |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 1.4    | 10.4       | 24.9       | 41.9       | 21.4   | 158.8 |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 2.4    | 10.6       | 27.1       | 41.2       | 18.8   | 141.3 |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 0.0    | 21.1       | 26.3       | 42.1       | 10.5   | 136.6 |
|            | 자영업        | (91)    | 1.1    | 16.5       | 23.1       | 49.5       | 9.9    | 125.4 |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 7.0    | 7.0        | 17.5       | 38.6       | 29.8   | 181.8 |
|            | 기술/일반직업직   | (121)   | 4.1    | 8.3        | 30.6       | 36.4       | 20.7   | 152.0 |
|            | 사무직        | (248)   | 0.8    | 8.1        | 25.8       | 42.3       | 23.0   | 164.0 |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 1.7    | 6.9        | 29.3       | 43.1       | 19.0   | 150.9 |
|            | 전업주부       | (152)   | 4.6    | 17.8       | 24.3       | 42.8       | 10.5   | 122.5 |
|            | 학생         | (125)   | 0.8    | 6.4        | 20.8       | 39.2       | 32.8   | 179.1 |
|            | 기타         | (71)    | 4.2    | 11.3       | 26.8       | 38.0       | 19.7   | 151.6 |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 3.2    | 9.7        | 31.0       | 35.5       | 20.6   | 146.6 |
|            | 200~399만원  | (378)   | 2.1    | 13.2       | 23.0       | 42.1       | 19.6   | 150.1 |
|            | 400~599만원  | (265)   | 1.5    | 9.1        | 26.8       | 42.3       | 20.4   | 152.9 |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 4.0    | 7.4        | 23.3       | 44.1       | 21.3   | 162.0 |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 2.9    | 8.6        | 23.0       | 49.8       | 15.8   | 152.6 |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 2.4    | 10.9       | 25.9       | 39.3       | 21.5   | 152.8 |

## 나. 한글을 쓰는 시간

문7

그러면 하루에 한글로 글을 쓰는 시간은 평균 어느 정도 됩니까?

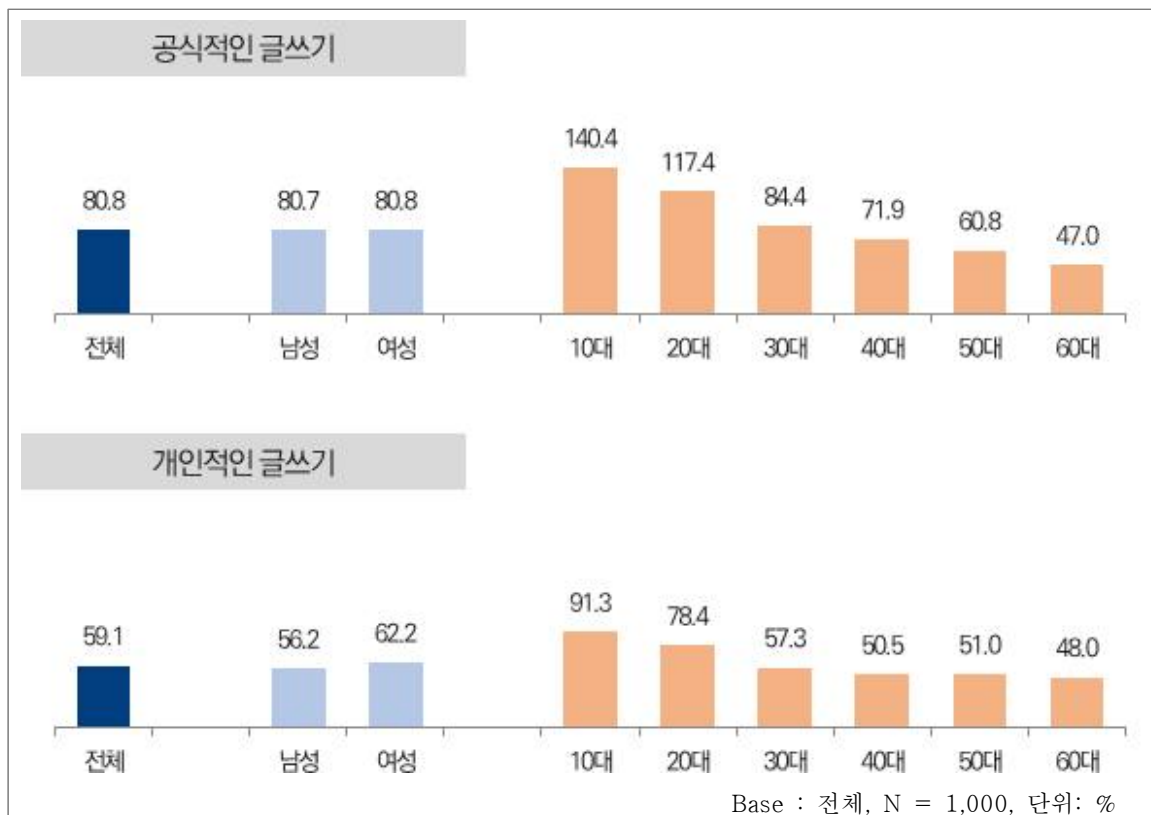
손글씨, 컴퓨터 문서 작성, 인터넷 글쓰기나 댓글, 휴대전화의 문자메시지나 SNS가 모두 해당됩니다. 업무, 학습 등 **공식적인 글쓰기**와 사적인 편지, 문자메시지, 블로그, 페이스북, 인터넷 댓글 등 **개인적인 글쓰기**를 구분하여 주십시오.

(지난 일주일을 기준으로 하루 평균 쓰는 시간)

### ○ 한글을 쓰는 시간

- 업무, 학습 등 공식적으로 한글을 쓰는 시간은 하루 평균 1시간 20.8분임.
- 편지, SNS 등 개인적으로 한글을 쓰는 시간은 59.1분임.
- 연령대가 높아짐에 따라 공식적으로 한글을 쓰는 시간이 점차 줄어듦.
- 청년층(10~30대)에 비해 장년층(40~60대)에서 개인적으로 한글을 쓰는 시간이 적음.

<그림 II-3-9> 한글을 쓰는 시간



## 응답자 특성

- ✓ 10대(140.4분)와 20대(117.4분)의 공식적인 글쓰기 시간이 많음.
- ✓ 학력과 소득이 높을수록 업무, 학습 등 공식적으로 한글을 쓰는 시간이 많음.
- ✓ 직업별로는 학생(134.2분), 사무직(106.1분) 순임.

<표 II-3-27> 한글을 쓰는 시간\_공식적인 글쓰기

(단위: 명, %, 분)

| 구 분        |            | 사례수     | 30분 미만 | 30분~1시간 미만 | 1시간~2시간 미만 | 2시간~4시간 미만 | 4시간 이상 | 평균(분) |
|------------|------------|---------|--------|------------|------------|------------|--------|-------|
| 전체         |            | (1,000) | 24.5   | 21.4       | 29.2       | 16.4       | 8.5    | 80.8  |
| 성별         | 남성         | (509)   | 23.4   | 20.8       | 29.5       | 18.9       | 7.5    | 80.7  |
|            | 여성         | (491)   | 25.7   | 22.0       | 28.9       | 13.8       | 9.6    | 80.8  |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 12.9   | 15.7       | 27.1       | 20.0       | 24.3   | 140.4 |
|            | 20대        | (171)   | 9.9    | 16.4       | 31.6       | 26.9       | 15.2   | 117.4 |
|            | 30대        | (186)   | 21.5   | 15.6       | 36.0       | 19.4       | 7.5    | 84.4  |
|            | 40대        | (212)   | 29.7   | 23.6       | 26.9       | 10.8       | 9.0    | 71.9  |
|            | 50대        | (212)   | 29.2   | 26.9       | 26.4       | 13.7       | 3.8    | 60.8  |
|            | 60대        | (149)   | 36.2   | 26.2       | 26.2       | 10.7       | 0.7    | 47.0  |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 36.0   | 20.0       | 28.0       | 12.0       | 4.0    | 55.0  |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 28.9   | 25.5       | 24.0       | 12.9       | 8.7    | 77.6  |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 23.9   | 19.0       | 31.3       | 17.5       | 8.3    | 81.7  |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 11.8   | 27.1       | 30.6       | 20.0       | 10.6   | 91.4  |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 31.6   | 21.1       | 36.8       | 10.5       | 0.0    | 50.0  |
|            | 자영업        | (91)    | 35.2   | 23.1       | 29.7       | 9.9        | 2.2    | 51.8  |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 28.1   | 19.3       | 29.8       | 19.3       | 3.5    | 70.3  |
|            | 기술/일반직업직   | (121)   | 28.1   | 27.3       | 24.0       | 15.7       | 5.0    | 66.4  |
|            | 사무직        | (248)   | 16.1   | 16.1       | 31.5       | 22.2       | 14.1   | 106.1 |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 13.8   | 25.9       | 35.3       | 17.2       | 7.8    | 82.2  |
|            | 전업주부       | (152)   | 47.4   | 25.0       | 21.7       | 4.6        | 1.3    | 35.8  |
|            | 학생         | (125)   | 6.4    | 16.0       | 33.6       | 24.0       | 20.0   | 134.2 |
|            | 기타         | (71)    | 29.6   | 23.9       | 25.4       | 15.5       | 5.6    | 70.4  |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 23.9   | 19.4       | 35.5       | 14.8       | 6.5    | 74.5  |
|            | 200~399만원  | (378)   | 29.1   | 20.9       | 26.5       | 14.6       | 9.0    | 78.4  |
|            | 400~599만원  | (265)   | 21.9   | 21.1       | 29.8       | 19.2       | 7.9    | 82.1  |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 19.8   | 24.3       | 28.7       | 17.3       | 9.9    | 88.2  |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 24.9   | 23.9       | 29.7       | 12.9       | 8.6    | 77.3  |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 24.4   | 20.7       | 29.1       | 17.3       | 8.5    | 81.7  |



## 응답자 특성

- ✓ 남성(56.2분)보다 여성(62.2분)이 개인적으로 한글을 쓰는 시간이 많음.
- ✓ 10대(91.3분)와 20대(78.4분)의 개인적인 글쓰기 시간이 많음.
- ✓ 직업별로는 학생(82.9분)과 판매/서비스직(82.5분)의 응답 시간이 많음.

&lt;표 II-3-28&gt; 한글을 쓰는 시간\_개인적인 글쓰기

(단위: 명, %, 분)

| 구 분        |            | 사례수     | 30분 미만 | 30분~1시간 미만 | 1시간~2시간 미만 | 2시간~4시간 미만 | 4시간 이상 | 평균(분) |
|------------|------------|---------|--------|------------|------------|------------|--------|-------|
| 전체         |            | (1,000) | 25.4   | 29.3       | 27.2       | 15.3       | 2.8    | 59.1  |
| 성별         | 남성         | (509)   | 28.1   | 29.5       | 25.9       | 13.8       | 2.8    | 56.2  |
|            | 여성         | (491)   | 22.6   | 29.1       | 28.5       | 16.9       | 2.9    | 62.2  |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 12.9   | 17.1       | 32.9       | 25.7       | 11.4   | 91.3  |
|            | 20대        | (171)   | 14.6   | 27.5       | 27.5       | 25.1       | 5.3    | 78.4  |
|            | 30대        | (186)   | 25.8   | 29.0       | 29.6       | 12.9       | 2.7    | 57.3  |
|            | 40대        | (212)   | 28.8   | 28.3       | 31.1       | 10.8       | 0.9    | 50.5  |
|            | 50대        | (212)   | 30.7   | 34.9       | 20.3       | 12.3       | 1.9    | 51.0  |
|            | 60대        | (149)   | 30.9   | 30.9       | 25.5       | 12.8       | 0.0    | 48.0  |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 32.0   | 32.0       | 20.0       | 16.0       | 0.0    | 49.4  |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 25.9   | 28.9       | 24.7       | 17.1       | 3.4    | 61.9  |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 24.7   | 29.8       | 27.8       | 14.8       | 2.9    | 59.0  |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 27.1   | 25.9       | 32.9       | 12.9       | 1.2    | 54.4  |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 31.6   | 26.3       | 21.1       | 21.1       | 0.0    | 55.0  |
|            | 자영업        | (91)    | 27.5   | 38.5       | 22.0       | 12.1       | 0.0    | 47.3  |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 24.6   | 24.6       | 28.1       | 8.8        | 14.0   | 82.5  |
|            | 기술/일반직업직   | (121)   | 35.5   | 27.3       | 19.0       | 14.9       | 3.3    | 57.6  |
|            | 사무직        | (248)   | 24.6   | 29.4       | 29.0       | 16.5       | 0.4    | 54.6  |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 21.6   | 28.4       | 35.3       | 12.9       | 1.7    | 56.6  |
|            | 전업주부       | (152)   | 30.3   | 32.9       | 25.7       | 9.9        | 1.3    | 49.8  |
|            | 학생         | (125)   | 9.6    | 27.2       | 28.8       | 27.2       | 7.2    | 82.9  |
|            | 기타         | (71)    | 31.0   | 22.5       | 29.6       | 14.1       | 2.8    | 57.0  |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 23.2   | 22.6       | 30.3       | 17.4       | 6.5    | 74.1  |
|            | 200~399만원  | (378)   | 27.8   | 27.2       | 27.8       | 14.6       | 2.6    | 57.0  |
|            | 400~599만원  | (265)   | 24.9   | 32.1       | 22.6       | 18.9       | 1.5    | 58.5  |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 23.3   | 34.7       | 29.7       | 10.4       | 2.0    | 52.5  |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 23.4   | 29.2       | 27.3       | 17.2       | 2.9    | 65.9  |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 25.9   | 29.3       | 27.2       | 14.8       | 2.8    | 57.3  |

## 다. 한글 문서 작성 프로그램 이용

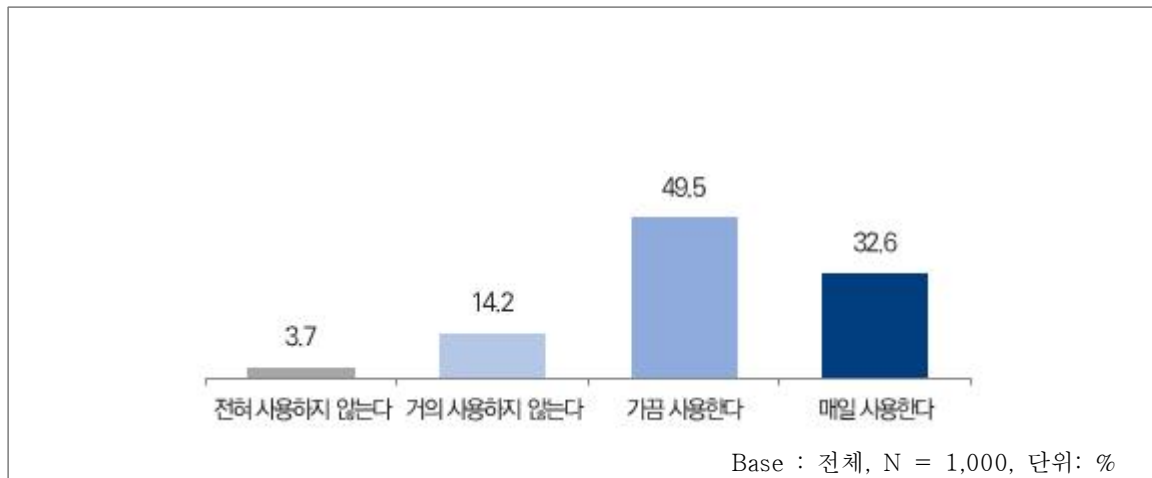
문8

귀하는 평소에 컴퓨터 등 IT기기에서 아래아 한글, 워드, 파워포인트 등  
**한글 문서 작성 프로그램**을 사용하십니까?

### ○ 한글 문서 작성 프로그램 이용

- 컴퓨터 등 IT 기기를 통해 한글 문서 작성 프로그램을 사용하는 비율은 82.1%임.
- ‘가끔 사용한다’는 응답은 49.5%이며, ‘매일 사용한다’고 응답한 비율도 32.6%임.

<그림 II-3-10> 문서작성 프로그램 이용



## 응답자 특성

- ✓ 남성(86.2%)이 여성(77.8%)보다 한글 문서 작성 프로그램을 더 사용한다고 응답한 비율이 높음.
- ✓ 연령별로는 20대(87.7%), 학력은 대학원 재학 이상(93.0%)에서 높게 나타남.
- ✓ 직업은 경영관리/전문직(93.9), 사무직(91.9%)에서 프로그램 이용 비율이 높음.

&lt;표 II-3-29&gt; 한글 문서 작성 프로그램 이용

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 전혀 사용하지 않는다 | 거의 사용하지 않는다 | 가끔 사용한다 | 매일 사용한다 |
|------------|------------|---------|-------------|-------------|---------|---------|
| 전체         |            | (1,000) | 3.7         | 14.2        | 49.5    | 32.6    |
| 성별         | 남성         | (509)   | 1.8         | 12.0        | 49.7    | 36.5    |
|            | 여성         | (491)   | 5.7         | 16.5        | 49.3    | 28.5    |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 4.3         | 12.9        | 64.3    | 18.6    |
|            | 20대        | (171)   | 1.8         | 10.5        | 53.2    | 34.5    |
|            | 30대        | (186)   | 4.3         | 17.2        | 41.9    | 36.6    |
|            | 40대        | (212)   | 2.8         | 14.6        | 46.2    | 36.3    |
|            | 50대        | (212)   | 3.8         | 14.2        | 46.7    | 35.4    |
|            | 60대        | (149)   | 6.0         | 14.8        | 56.4    | 22.8    |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 24.0        | 8.0         | 52.0    | 16.0    |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 6.8         | 22.4        | 53.2    | 17.5    |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 2.1         | 12.0        | 49.6    | 36.4    |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0         | 7.1         | 36.5    | 56.5    |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 5.3         | 5.3         | 52.6    | 36.8    |
|            | 자영업        | (91)    | 2.2         | 17.6        | 61.5    | 18.7    |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 8.8         | 12.3        | 56.1    | 22.8    |
|            | 기술/일반직업직   | (121)   | 2.5         | 16.5        | 47.1    | 33.9    |
|            | 사무직        | (248)   | 0.4         | 7.7         | 36.3    | 55.6    |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 0.0         | 6.0         | 42.2    | 51.7    |
|            | 전업주부       | (152)   | 7.9         | 30.9        | 52.0    | 9.2     |
|            | 학생         | (125)   | 2.4         | 11.2        | 64.8    | 21.6    |
|            | 기타         | (71)    | 14.1        | 15.5        | 57.7    | 12.7    |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 9.7         | 14.2        | 56.1    | 20.0    |
|            | 200~399만원  | (378)   | 4.0         | 17.2        | 49.5    | 29.4    |
|            | 400~599만원  | (265)   | 1.5         | 14.7        | 48.3    | 35.5    |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 1.5         | 7.9         | 46.0    | 44.6    |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 2.4         | 13.9        | 45.0    | 38.8    |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 4.0         | 14.3        | 50.7    | 31.0    |

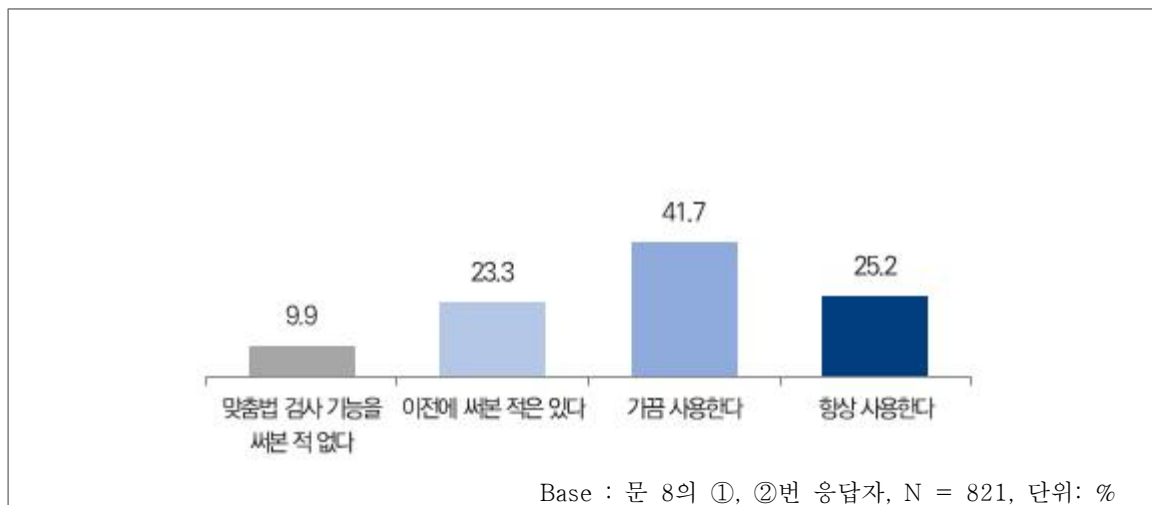
## 다. 한글 문서 작성 프로그램 이용\_맞춤법 검사 기능

|    |  |
|----|--|
| 문9 | <p>(문8의 ①, ②번 응답자만)</p> <p>귀하는 컴퓨터로 문서를 작성할 때 아래아 한글, 워드 등 문서 작성 프로그램에 있는 맞춤법 검사 기능을 사용하여, 맞춤법에 맞게 글을 수정하여 사용하십니까?</p> |
|----|--|

### ○ 맞춤법 검사 기능 사용

- 한글 문서 작성 프로그램 사용 중 ‘맞춤법 검사 기능’의 이용 경험이 있는 응답자 비율은 90.2%임.
- ‘이전에 써본 적이 있다’고 응답한 비율은 23.3%로 나타남.
- ‘항상 사용한다’고 응답한 비율은 25.2%, ‘가끔 사용한다’고 응답한 비율은 41.7%임.

<그림 II-3-11> 맞춤법 검사 기능 사용



## 응답자 특성

- ✓ 학력과 소득이 높을수록 '항상 사용한다'고 응답한 비율이 높음.
- ✓ 직업별로는 학생(31.5%), 경영관리/전문직(27.5%), 사무직(27.2%)에서 '항상 사용한다'고 응답한 비율이 높음.

&lt;표 II-3-30&gt; 한글 문서 작성 프로그램 이용\_맞춤법 검사 기능

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수   | 써본 적 없다 | 이전에 써본 적 있다 | 가끔 사용한다 | 항상 사용한다 |
|------------|------------|-------|---------|-------------|---------|---------|
| 전체         |            | (821) | 9.9     | 23.3        | 41.7    | 25.2    |
| 성별         | 남성         | (439) | 10.0    | 21.2        | 44.4    | 24.4    |
|            | 여성         | (382) | 9.7     | 25.7        | 38.5    | 26.2    |
| 연령         | 15~19세     | (58)  | 10.3    | 29.3        | 31.0    | 29.3    |
|            | 20대        | (150) | 6.7     | 24.7        | 42.0    | 26.7    |
|            | 30대        | (146) | 10.3    | 17.1        | 41.1    | 31.5    |
|            | 40대        | (175) | 10.3    | 25.7        | 42.3    | 21.7    |
|            | 50대        | (174) | 6.9     | 24.1        | 47.1    | 21.8    |
|            | 60대        | (118) | 16.9    | 21.2        | 38.1    | 23.7    |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (17)  | 5.9     | 35.3        | 41.2    | 17.6    |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (186) | 15.1    | 22.6        | 38.7    | 23.7    |
|            | 대학교 졸업/재학  | (539) | 8.5     | 25.0        | 41.2    | 25.2    |
|            | 대학원 재학 이상  | (79)  | 7.6     | 10.1        | 51.9    | 30.4    |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (17)  | 11.8    | 11.8        | 64.7    | 11.8    |
|            | 자영업        | (73)  | 11.0    | 32.9        | 35.6    | 20.5    |
|            | 판매/서비스직    | (45)  | 15.6    | 22.2        | 40.0    | 22.2    |
|            | 기술/일반직업직   | (98)  | 12.2    | 21.4        | 44.9    | 21.4    |
|            | 사무직        | (228) | 6.6     | 22.4        | 43.9    | 27.2    |
|            | 경영관리/전문직   | (109) | 10.1    | 15.6        | 46.8    | 27.5    |
|            | 전업주부       | (93)  | 12.9    | 31.2        | 35.5    | 20.4    |
|            | 학생         | (108) | 7.4     | 25.9        | 35.2    | 31.5    |
|            | 기타         | (50)  | 12.0    | 18.0        | 42.0    | 28.0    |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (118) | 11.9    | 28.8        | 38.1    | 21.2    |
|            | 200~399만원  | (298) | 11.7    | 23.5        | 40.9    | 23.8    |
|            | 400~599만원  | (222) | 9.9     | 23.4        | 42.3    | 24.3    |
|            | 600만원 이상   | (183) | 5.5     | 19.1        | 44.3    | 31.1    |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (175) | 12.0    | 25.7        | 40.0    | 22.3    |
|            | 자녀 없음      | (646) | 9.3     | 22.6        | 42.1    | 26.0    |

## 다. 한글 문서작성 프로그램 이용\_문서 작성 시의 글꼴 수

문10

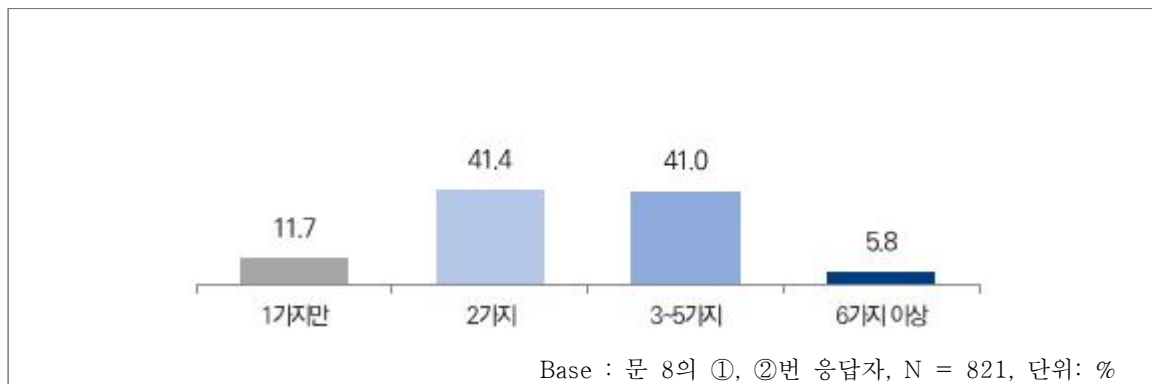
(문8의 ①, ②번 응답자만)

귀하는 평소 몇 가지 글꼴을 사용하십니까? 아래아 한글이나 워드, 파워포인트 등 컴퓨터 프로그램으로 문서를 작성할 때 쓰는 글꼴을 통틀어 말씀해주시오.

○ 문서 작성 시의 글꼴 수

- 2가지 글꼴을 사용하는 경우가 41.4%, 3~5가지를 사용하는 비율이 41.0%로 가장 많음.
- 기본 글꼴 1가지만 사용하는 비율은 11.7%이며, 6가지 이상의 다양한 글꼴을 사용하는 비율은 5.8%임.

<그림 II-3-12> 한글 문서 작성시 글꼴 수



## 응답자 특성

- ✓ '6가지 이상의 글꼴을 이용한다'는 응답은 10대(15.5%)가 가장 많음.
- ✓ 20대~30대는 2가지의 글꼴을 사용한다는 응답이 가장 많음.
- ✓ 학력이 높을수록 3가지 이상의 글꼴을 사용한다는 비율이 높음.

&lt;표 II-3-31&gt; 한글 문서 작성 프로그램 이용\_문서 작성 글꼴 수

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 1가지만 사용 | 2가지  | 3~5가지 | 6가지 이상 |
|---------------|------------|-------|---------|------|-------|--------|
| 전체            |            | (821) | 11.7    | 41.4 | 41.0  | 5.8    |
| 성별            | 남성         | (439) | 9.6     | 42.1 | 42.4  | 5.9    |
|               | 여성         | (382) | 14.1    | 40.6 | 39.5  | 5.8    |
| 연령            | 15~19세     | (58)  | 5.2     | 39.7 | 39.7  | 15.5   |
|               | 20대        | (150) | 6.0     | 44.7 | 41.3  | 8.0    |
|               | 30대        | (146) | 6.2     | 50.0 | 39.0  | 4.8    |
|               | 40대        | (175) | 9.7     | 39.4 | 45.7  | 5.1    |
|               | 50대        | (174) | 20.1    | 37.4 | 39.7  | 2.9    |
|               | 60대        | (118) | 19.5    | 36.4 | 39.0  | 5.1    |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (17)  | 17.6    | 52.9 | 23.5  | 5.9    |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (186) | 17.2    | 42.5 | 36.0  | 4.3    |
|               | 대학교 졸업/재학  | (539) | 10.2    | 43.8 | 40.1  | 5.9    |
|               | 대학원 재학 이상  | (79)  | 7.6     | 20.3 | 63.3  | 8.9    |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (118) | 12.7    | 44.1 | 37.3  | 5.9    |
|               | 200~399만원  | (298) | 13.1    | 44.6 | 37.2  | 5.0    |
|               | 400~599만원  | (222) | 10.4    | 41.0 | 43.2  | 5.4    |
|               | 600만원 이상   | (183) | 10.4    | 35.0 | 47.0  | 7.7    |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (175) | 10.9    | 43.4 | 40.0  | 5.7    |
|               | 자녀 없음      | (646) | 11.9    | 40.9 | 41.3  | 5.9    |

## 다. 한글 문서작성 프로그램 이용\_글꼴을 바꾸는 이유

문11

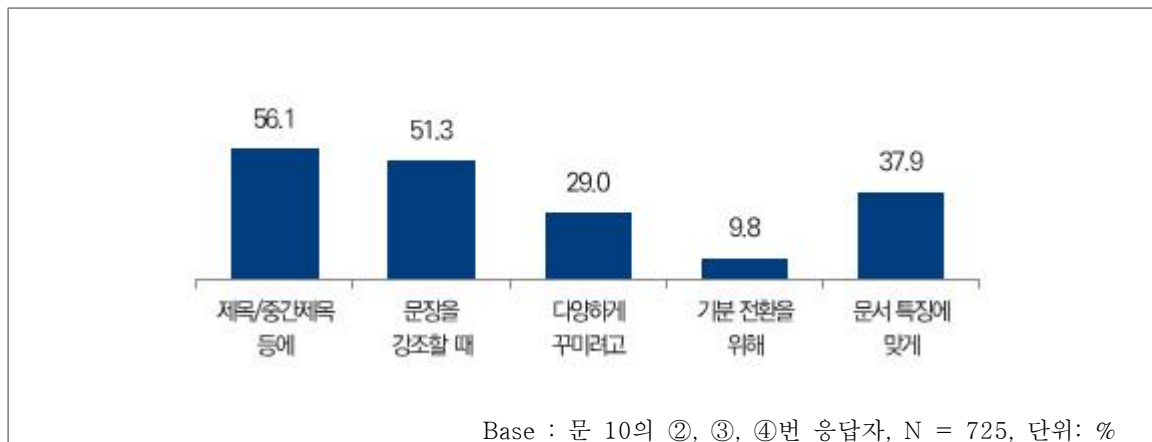
(문10의 ②, ③, ④번 응답자만)

귀하는 어떤 때 글꼴을 바꿔서 사용하십니까? 해당되는 보기를 모두 표기해주시오.

○ 문서 작성 시 글꼴을 바꾸는 이유

- 문서 작성 시 2가지 이상의 글꼴을 사용하는 사람들에게 “글꼴을 바꾸는 이유”에 대해 질문함.
- ‘제목’에 글꼴을 바꾼다는 응답이 56.1%임.
- ‘문장을 강조할 때’(51.3%), ‘문서 특징에 맞게’ 글꼴을 바꾼다는 응답(37.9%)이 뒤를 이음.

<그림 II-3-13> 글꼴을 바꾸는 이유





## 응답자 특성

- ✓ 남성은 “제목/중간제목 등에”, “문장을 강조할 때”, “다양하게 꾸미려고” 글꼴을 바꾼다는 응답이 여성에 비해 높음.
- ✓ 여성은 상대적으로 “기분 전환을 위해”, “문서 특징에 맞게” 글꼴을 바꾼다는 응답이 높음.
- ✓ 판매/서비스직은 “문장을 강조할 때”(59.5%) 글꼴을 바꿔 쓰는 경우가 많음.

&lt;표 II-3-32&gt; 한글 문서 작성 프로그램 이용\_글꼴을 바꿔 쓰는 이유

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수   | 제목/중간제목<br>등에 | 문장을<br>강조할 때 | 다양하게<br>꾸미려고 | 기분 전환을<br>위해 | 문서 특징에<br>맞게 |
|---------------|------------|-------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 전체            |            | (725) | 56.1          | 51.3         | 29.0         | 9.8          | 37.9         |
| 성별            | 남성         | (397) | 59.7          | 54.2         | 32.2         | 8.1          | 34.5         |
|               | 여성         | (328) | 51.8          | 47.9         | 25.0         | 11.9         | 42.1         |
| 연령            | 15~19세     | (55)  | 54.5          | 41.8         | 34.5         | 16.4         | 41.8         |
|               | 20대        | (141) | 56.7          | 44.0         | 29.1         | 7.8          | 42.6         |
|               | 30대        | (137) | 55.5          | 51.1         | 24.8         | 14.6         | 38.0         |
|               | 40대        | (158) | 57.0          | 55.1         | 29.1         | 10.8         | 32.3         |
|               | 50대        | (139) | 55.4          | 54.0         | 33.1         | 2.9          | 37.4         |
|               | 60대        | (95)  | 56.8          | 57.9         | 25.3         | 10.5         | 38.9         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (14)  | 28.6          | 57.1         | 42.9         | 0.0          | 21.4         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (154) | 59.7          | 51.3         | 28.6         | 13.6         | 33.1         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (484) | 54.5          | 50.4         | 28.3         | 10.1         | 39.9         |
|               | 대학원 재학 이상  | (73)  | 64.4          | 56.2         | 31.5         | 1.4          | 38.4         |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (13)  | 53.8          | 53.8         | 46.2         | 23.1         | 7.7          |
|               | 자영업        | (59)  | 40.7          | 35.6         | 32.2         | 11.9         | 37.3         |
|               | 판매/서비스직    | (37)  | 56.8          | 59.5         | 32.4         | 2.7          | 29.7         |
|               | 기술/일반직업직   | (90)  | 61.1          | 58.9         | 23.3         | 10.0         | 28.9         |
|               | 사무직        | (211) | 56.9          | 56.4         | 27.0         | 7.6          | 40.8         |
|               | 경영관리/전문직   | (98)  | 54.1          | 46.9         | 32.7         | 13.3         | 40.8         |
|               | 전업주부       | (71)  | 57.7          | 49.3         | 16.9         | 9.9          | 36.6         |
|               | 학생         | (102) | 60.8          | 47.1         | 32.4         | 12.7         | 44.1         |
|               | 기타         | (44)  | 54.5          | 47.7         | 40.9         | 4.5          | 40.9         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (103) | 49.5          | 49.5         | 30.1         | 9.7          | 35.9         |
|               | 200~399만원  | (259) | 54.1          | 47.1         | 27.4         | 10.0         | 37.1         |
|               | 400~599만원  | (199) | 58.3          | 55.3         | 28.6         | 10.1         | 33.7         |
|               | 600만원 이상   | (164) | 61.0          | 54.3         | 31.1         | 9.1          | 45.7         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (156) | 61.5          | 66.7         | 27.6         | 10.9         | 32.1         |
|               | 자녀 없음      | (569) | 54.7          | 47.1         | 29.3         | 9.5          | 39.5         |

## 라. 문서작성 프로그램의 기본 글꼴에 대한 생각

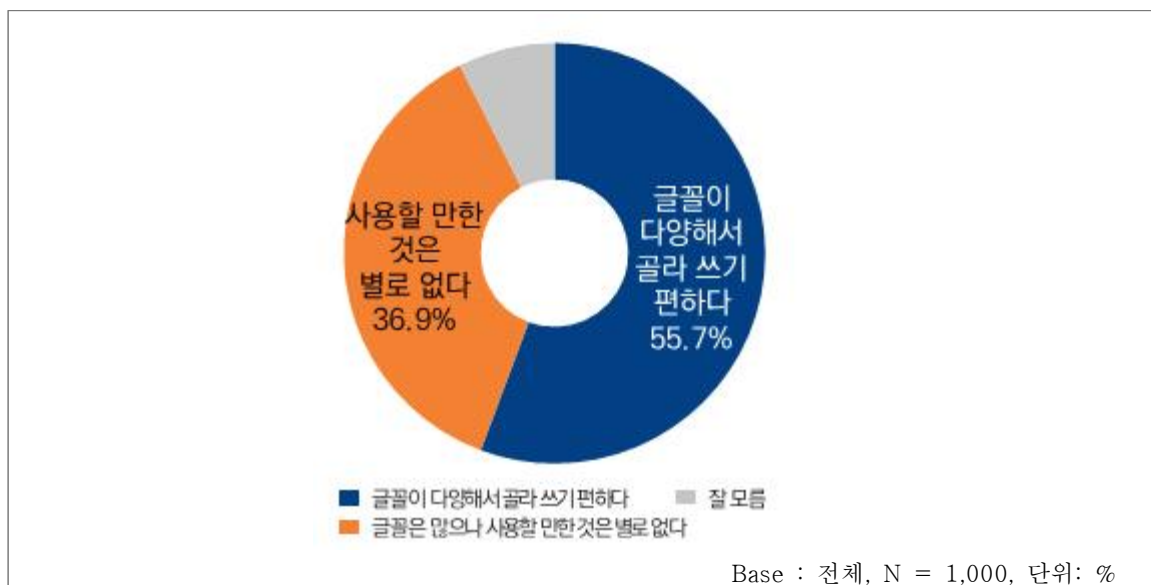
문12

귀하는 현재 문서 작성 프로그램에 기본적으로 설치된 글꼴에 대해서 어떻게 생각하십니까?

○ 기본 글꼴에 대한 의견

- ‘기본적으로 설치된 글꼴 종류가 다양해서 골라 쓰기 편하다’는 의견이 55.7%임.
- ‘글꼴은 많으나 사용할 만한 것은 별로 없다’는 응답은 36.9%임.

<그림 II-3-14> 문서 작성 프로그램의 기본 글꼴에 대한 의견



## 응답자 특성

- ✓ 청년층(10~30대)가 장년층(40~60대)에 비해 “글꼴은 많으나 사용할 만한 것은 별로 없다”는 응답이 높음.

&lt;표 II-3-33&gt; 문서 작성 프로그램의 기본 글꼴에 대한 생각

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 글꼴 종류가<br>다양해서<br>글라 쓰기 편하다 | 글꼴은 많으나<br>사용할 만한 것은<br>별로 없다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------------------|-------------------------------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 55.7                        | 36.9                          | 7.4  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 56.6                        | 36.7                          | 6.7  |
|               | 여성         | (491)   | 54.8                        | 37.1                          | 8.1  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 50.0                        | 45.7                          | 4.3  |
|               | 20대        | (171)   | 49.1                        | 45.6                          | 5.3  |
|               | 30대        | (186)   | 44.6                        | 45.7                          | 9.7  |
|               | 40대        | (212)   | 53.3                        | 39.6                          | 7.1  |
|               | 50대        | (212)   | 61.3                        | 30.2                          | 8.5  |
|               | 60대        | (149)   | 75.2                        | 17.4                          | 7.4  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 40.0                        | 36.0                          | 24.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 55.5                        | 34.2                          | 10.3 |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 56.5                        | 37.6                          | 5.9  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 55.3                        | 40.0                          | 4.7  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 56.8                        | 33.5                          | 9.7  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 52.4                        | 38.6                          | 9.0  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 55.5                        | 38.5                          | 6.0  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 61.4                        | 34.2                          | 4.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 59.3                        | 35.4                          | 5.3  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 54.7                        | 37.3                          | 8.0  |

## 마. 기본 글꼴 외 유/무료 글꼴 이용

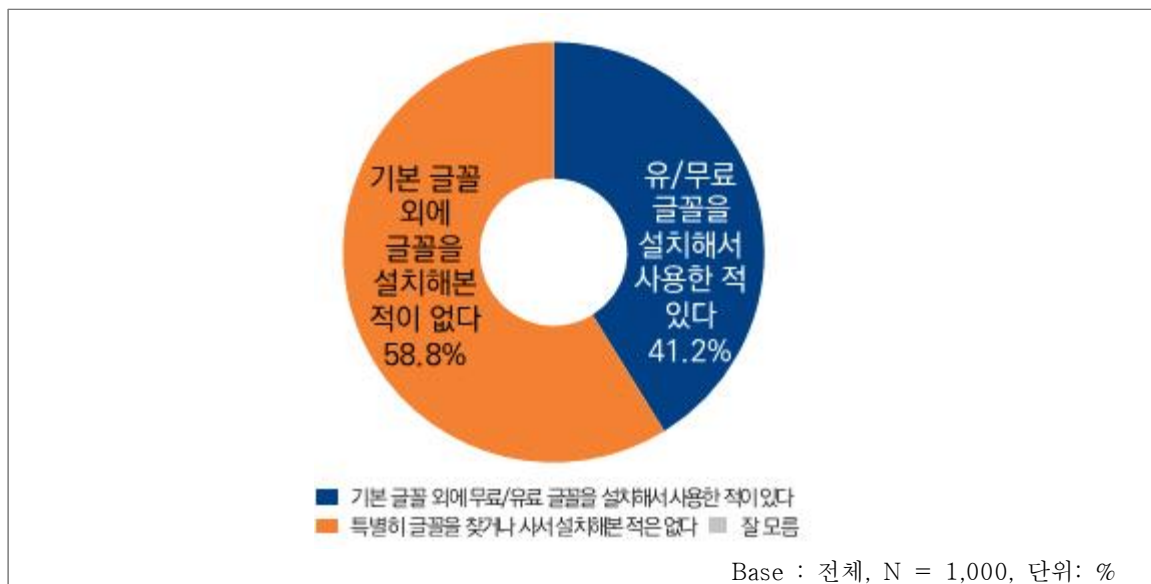
문13

귀하는 현재 문서 작성 프로그램에 기본적으로 설치된 글꼴 외에 무료 글꼴을 찾아서 설치하거나 유료 글꼴을 사서 설치해본 일이 있으십니까?

○ 기본 글꼴 외 유/무료 글꼴 이용 경험

- ‘기본 글꼴 외에 유/무료 글꼴을 설치해서 사용한 적이 있다’는 응답은 41.2%임.
- ‘특별히 글꼴을 찾거나 사서 설치해본 적은 없다’는 응답은 58.8%로 나타남.

<그림 II-3-15> 기본 글꼴 외 유/무료 글꼴의 이용 경험



## 응답자 특성

✓ 남성(44.0%), 20대(63.7%)에서 “기본 글꼴 외에 무료 글꼴이나 유료 글꼴을 설치해서 사용한 적이 있다”고 응답한 비율이 높음.

&lt;표 II-3-34&gt; 기본 글꼴 외 유/무료 글꼴 이용

(단위: 명, %)

| 구 분          |            | 사례수     | 유·무료 글꼴을 설치해서 사용한 적이 있다 | 특별히 글꼴을 찾거나 사서 설치해본 적은 없다 |
|--------------|------------|---------|-------------------------|---------------------------|
| 전체           |            | (1,000) | 41.2                    | 58.8                      |
| 성별           | 남성         | (509)   | 44.0                    | 56.0                      |
|              | 여성         | (491)   | 38.3                    | 61.7                      |
| 연령           | 15~19세     | (70)    | 41.4                    | 58.6                      |
|              | 20대        | (171)   | 63.7                    | 36.3                      |
|              | 30대        | (186)   | 43.5                    | 56.5                      |
|              | 40대        | (212)   | 39.2                    | 60.8                      |
|              | 50대        | (212)   | 32.1                    | 67.9                      |
|              | 60대        | (149)   | 28.2                    | 71.8                      |
| 학력           | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 40.0                    | 60.0                      |
|              | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 33.5                    | 66.5                      |
|              | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 43.7                    | 56.3                      |
|              | 대학원 재학 이상  | (85)    | 47.1                    | 52.9                      |
| 가구소득         | 200만원 미만   | (155)   | 36.8                    | 63.2                      |
|              | 200~399만원  | (378)   | 44.7                    | 55.3                      |
|              | 400~599만원  | (265)   | 39.6                    | 60.4                      |
|              | 600만원 이상   | (202)   | 40.1                    | 59.9                      |
| 초·중·고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 44.5                    | 55.5                      |
|              | 자녀 없음      | (791)   | 40.3                    | 59.7                      |

## 바. 평소 한글과 다른 문자(영문/한자 등)의 혼용

문14

귀하는 평소 한글에 영문이나 한자 등 다른 문자를 섞어 쓰십니까?  
(괄호 안에 한자, 영문 쓰는 것 포함)

### ○ 한글과 다른 문자와의 혼용

- 한글과 다른 문자(영문, 한자 등)를 섞어 쓴다는 비율은 60.8%임.
- ‘자주 섞어 쓴다’와 ‘가끔 섞어 쓴다’는 응답은 각각 5.6%, 55.2%로 나타남.
- ‘거의 섞어 쓰지 않는다’는 응답은 29.7%이며, ‘전혀 섞어 쓰지 않는다’는 응답은 9.5%임.

<그림 II-3-16> 한글과 다른 문자의 혼용



## 응답자 특성

- ✓ 20대(66.0%)에서 “한글과 영문, 한자 등 다른 문자를 섞어서 쓴다”는 비율이 높음.
- ✓ 직업별로는 경영관리/전문직(74.1%)과 사무직(65.7%)의 비율이 높음.

&lt;표 II-3-35&gt; 한글과 다른 문자의 혼용

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀 섞어<br>쓰지 않는다 | 거의 섞어<br>쓰지 않는다 | 가끔 섞어<br>쓴다 | 자주 섞어<br>쓴다 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|
| 전체            |            | (1,000) | 9.5             | 29.7            | 55.2        | 5.6         |
| 성별            | 남성         | (509)   | 9.4             | 29.5            | 55.0        | 6.1         |
|               | 여성         | (491)   | 9.6             | 29.9            | 55.4        | 5.1         |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 5.7             | 32.9            | 57.1        | 4.3         |
|               | 20대        | (171)   | 7.0             | 26.9            | 60.2        | 5.8         |
|               | 30대        | (186)   | 9.1             | 25.8            | 56.5        | 8.6         |
|               | 40대        | (212)   | 6.6             | 31.6            | 57.1        | 4.7         |
|               | 50대        | (212)   | 14.6            | 32.5            | 49.1        | 3.8         |
|               | 60대        | (149)   | 11.4            | 29.5            | 53.0        | 6.0         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 28.0            | 16.0            | 56.0        | 0.0         |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 13.3            | 37.3            | 44.5        | 4.9         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 7.8             | 27.4            | 59.5        | 5.3         |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 4.7             | 27.1            | 56.5        | 11.8        |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 21.1            | 36.8            | 42.1        | 0.0         |
|               | 자영업        | (91)    | 9.9             | 35.2            | 50.5        | 4.4         |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 15.8            | 31.6            | 45.6        | 7.0         |
|               | 기술/일반직업직   | (121)   | 11.6            | 32.2            | 49.6        | 6.6         |
|               | 사무직        | (248)   | 7.3             | 27.0            | 61.3        | 4.4         |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 5.2             | 20.7            | 60.3        | 13.8        |
|               | 전업주부       | (152)   | 12.5            | 38.8            | 48.0        | 0.7         |
|               | 학생         | (125)   | 4.8             | 28.8            | 61.6        | 4.8         |
|               | 기타         | (71)    | 14.1            | 21.1            | 56.3        | 8.5         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 15.5            | 29.0            | 52.3        | 3.2         |
|               | 200~399만원  | (378)   | 10.6            | 30.4            | 54.2        | 4.8         |
|               | 400~599만원  | (265)   | 6.4             | 32.1            | 56.6        | 4.9         |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 6.9             | 25.7            | 57.4        | 9.9         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 7.2             | 31.1            | 56.0        | 5.7         |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 10.1            | 29.3            | 55.0        | 5.6         |

## 사. 서명 시의 한글/외국문자 사용

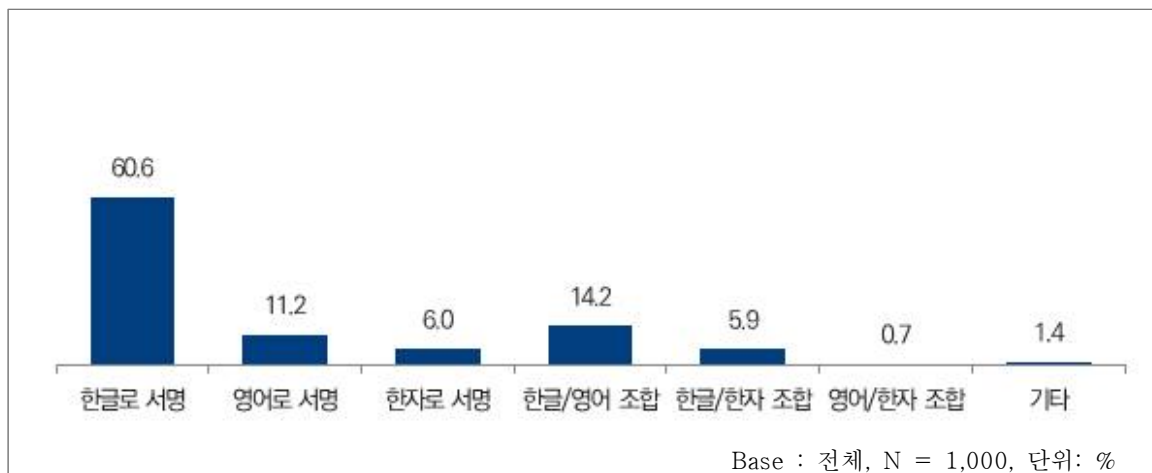
문15

귀하는 평소 중요한 문서에 본인의 이름을 서명할 때 한글을 사용하십니까?  
아니면 로마자(영어)나 한자를 사용하십니까?

### ○ 서명 시 한글/외국문자의 사용 실태

- 평소 중요한 문서에 본인의 이름을 서명할 때 ‘한글’로 서명한다는 비율은 60.6%로 가장 많음.
- 그 다음으로 ‘한글과 영어를 조합’하여 서명한다는 응답(14.2%)이 많음.
- ‘영어로 서명’한다는 응답은 11.2%, ‘한자로 서명’한다는 응답은 6.0%로 나타남.
- ‘한글과 한자를 조합하여’ 서명한다는 응답은 5.9%이며, ‘영어와 한자를 조합하여’ 서명한다는 응답은 0.7%로 극소수임.

<그림 II-3-17> 서명 시 한글/외국문자 사용





## 응답자 특성

- ✓ 남성(62.3%)이 여성(58.9%)에 비해 “한글로 서명한다”고 응답한 비율이 높음.
- ✓ 30~40대는 다른 연령대에 비해 “영어로 서명한다”는 비율이 높음.
- ✓ 가구소득이 높을수록 “한글과 영문을 조합하여 서명한다”는 응답이 높음.

&lt;표 II-3-36&gt; 서명 시 한글/외국문자 이용

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 한글서명 | 영어서명 | 한자서명 | 한영조합 | 한글/한자<br>조합 | 영어/한자<br>조합 | 기타  |
|---------------|------------|---------|------|------|------|------|-------------|-------------|-----|
| 전체            |            | (1,000) | 60.6 | 11.2 | 6.0  | 14.2 | 5.9         | 0.7         | 1.4 |
| 성별            | 남성         | 509     | 62.3 | 8.8  | 5.3  | 14.5 | 7.5         | 0.6         | 1.0 |
|               | 여성         | 491     | 58.9 | 13.6 | 6.7  | 13.8 | 4.3         | 0.8         | 1.8 |
| 연령            | 15~19세     | 70      | 80.0 | 8.6  | 0.0  | 7.1  | 4.3         | 0.0         | 0.0 |
|               | 20대        | 171     | 62.6 | 11.1 | 5.8  | 13.5 | 3.5         | 0.0         | 3.5 |
|               | 30대        | 186     | 59.7 | 16.7 | 4.8  | 14.5 | 2.2         | 0.5         | 1.6 |
|               | 40대        | 212     | 54.2 | 15.1 | 7.5  | 15.6 | 5.2         | 0.9         | 1.4 |
|               | 50대        | 212     | 62.3 | 5.7  | 6.6  | 16.0 | 8.0         | 0.9         | 0.5 |
|               | 60대        | 149     | 57.0 | 8.1  | 7.4  | 13.4 | 12.1        | 1.3         | 0.7 |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | 25      | 64.0 | 12.0 | 0.0  | 16.0 | 4.0         | 0.0         | 4.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | 263     | 65.0 | 9.9  | 6.1  | 10.6 | 6.5         | 0.8         | 1.1 |
|               | 대학교 졸업/재학  | 627     | 60.0 | 12.1 | 5.7  | 14.8 | 5.6         | 0.6         | 1.1 |
|               | 대학원 재학 이상  | 85      | 50.6 | 8.2  | 9.4  | 20.0 | 7.1         | 1.2         | 3.5 |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | 19      | 68.4 | 5.3  | 10.5 | 10.5 | 0.0         | 5.3         | 0.0 |
|               | 자영업        | 91      | 61.5 | 8.8  | 4.4  | 20.9 | 4.4         | 0.0         | 0.0 |
|               | 판매/서비스직    | 57      | 59.6 | 10.5 | 7.0  | 14.0 | 7.0         | 1.8         | 0.0 |
|               | 기술/일반직업직   | 121     | 66.1 | 9.1  | 6.6  | 12.4 | 5.0         | 0.0         | 0.8 |
|               | 사무직        | 248     | 57.7 | 11.7 | 8.5  | 14.9 | 4.4         | 0.8         | 2.0 |
|               | 경영관리/전문직   | 116     | 54.3 | 9.5  | 6.0  | 17.2 | 9.5         | 1.7         | 1.7 |
|               | 전업주부       | 152     | 55.9 | 15.8 | 6.6  | 12.5 | 7.9         | 0.7         | 0.7 |
|               | 학생         | 125     | 72.8 | 7.2  | 2.4  | 12.0 | 4.0         | 0.0         | 1.6 |
|               | 기타         | 71      | 57.7 | 18.3 | 1.4  | 9.9  | 8.5         | 0.0         | 4.2 |
| 가구소득          | 200만원 미만   | 155     | 70.3 | 5.8  | 5.8  | 7.7  | 7.1         | 1.9         | 1.3 |
|               | 200~399만원  | 378     | 59.8 | 12.7 | 6.9  | 14.0 | 4.8         | 0.5         | 1.3 |
|               | 400~599만원  | 265     | 58.5 | 12.1 | 5.7  | 15.8 | 6.8         | 0.4         | 0.8 |
|               | 600만원 이상   | 202     | 57.4 | 11.4 | 5.0  | 17.3 | 5.9         | 0.5         | 2.5 |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | 209     | 56.9 | 14.8 | 5.7  | 17.2 | 4.3         | 0.0         | 1.0 |
|               | 자녀 없음      | 791     | 61.6 | 10.2 | 6.1  | 13.4 | 6.3         | 0.9         | 1.5 |

#### 4. 한글 사용에 대한 태도: (한국에서) 상표, 회사 이름 등에서의 한글 표기

##### 가. (한국에서) 한국 회사명/상표명의 표기

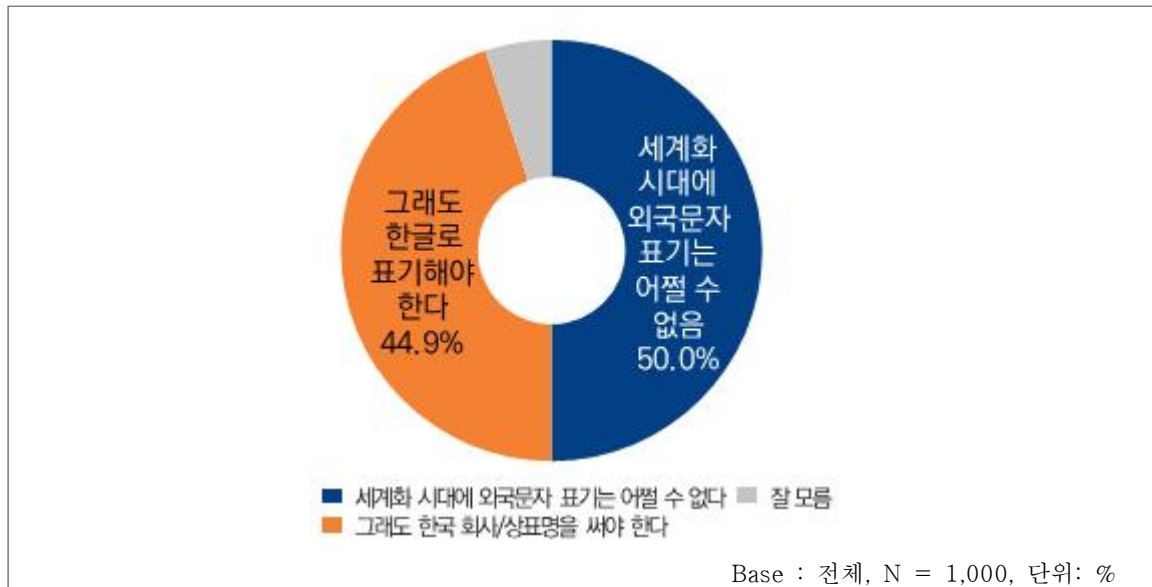
문16

귀하는 한국에서 한국 회사명이나 한국 상표 등을 영문(로마자) 등 외국문자로 쓰는 것에 대해서 어떻게 생각하십니까?

○ (한국에서) 한국 회사명/상표명의 표기 방식

- ‘세계화 시대에 외국문자로 표기하는 것은 어쩔 수 없다’는 응답이 50.0%이며, ‘세계화 시대라도 한국 기업명이나 상품명은 한글로 표기하는 게 좋다’는 의견은 44.9%임.

<그림 II-3-18> 한국 회사명, 상표명의 표기 방식



## 응답자 특성

- ✓ 남성(55.4%), 청년층(10~30대)에서 “세계화 시대에 외국 문자로 표기하는 것은 어쩔 수 없다”는 응답이 높음.
- ✓ 학력과 소득이 높을수록 회사/상표명의 외국 문자 표기에 대해 수용하는 의견이 많음.

&lt;표 II-3-37&gt; 한국에서 한국 회사명/상표명의 표기방식

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 세계화 시대에<br>외국문자로<br>표기하는 것은<br>어쩔 수 없다 | 세계화 시대라도<br>한국 기업/상품명은<br>한글로 표기하는 게<br>좋다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|--|--|------|
| 전체            |            | (1,000) | 50.0                                   | 44.9                                       | 5.1  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 55.4                                   | 38.1                                       | 6.5  |
|               | 여성         | (491)   | 44.4                                   | 51.9                                       | 3.7  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 54.3                                   | 34.3                                       | 11.4 |
|               | 20대        | (171)   | 54.4                                   | 42.1                                       | 3.5  |
|               | 30대        | (186)   | 55.4                                   | 38.2                                       | 6.5  |
|               | 40대        | (212)   | 49.5                                   | 46.7                                       | 3.8  |
|               | 50대        | (212)   | 46.2                                   | 47.6                                       | 6.1  |
|               | 60대        | (149)   | 42.3                                   | 55.0                                       | 2.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 44.0                                   | 44.0                                       | 12.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 41.1                                   | 51.3                                       | 7.6  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 53.1                                   | 42.9                                       | 4.0  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 56.5                                   | 40.0                                       | 3.5  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 40.6                                   | 52.3                                       | 7.1  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 46.0                                   | 47.6                                       | 6.3  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 52.5                                   | 43.8                                       | 3.8  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 61.4                                   | 35.6                                       | 3.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 50.2                                   | 46.4                                       | 3.3  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 49.9                                   | 44.5                                       | 5.6  |

## 나. (한국에서) 한국 회사명/상표명의 표기\_세부질문

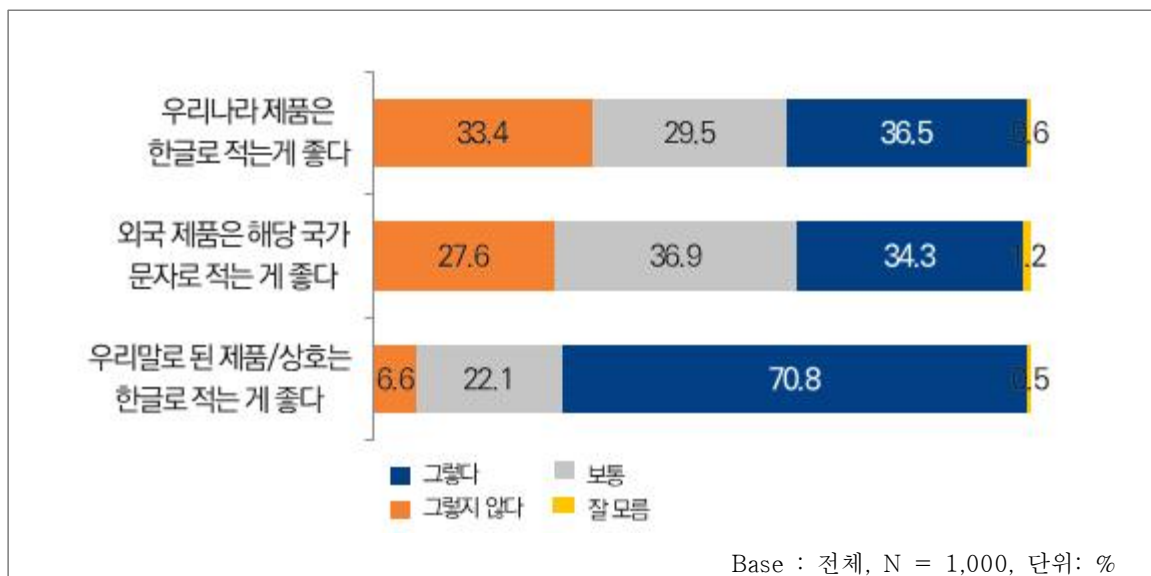
문17

한국에서 상품 이름이나 회사 이름의 표기에 대한 다음과 같은 주장과 의견에 대해 귀하는 어떻게 생각하십니까?

### ○ 한국 회사명/상표명의 표기\_세부질문

- ‘우리나라 제품은 한글로 적는 게 좋다’는 의견은 36.5%였으며, 이에 부정적인 의견은 33.4%로 비슷하게 나타남.
- ‘외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다’는 질문에 ‘그렇다’는 응답은 34.3%, ‘그렇지 않다’는 의견은 27.6%임.
- ‘우리말로 된 제품이나 상호명은 한글로 적는 게 좋다’는 의견이 70.8%로 나타남.

<그림 II-3-19> 한국 회사명/상표명의 표기\_세부질문



## 응답자 특성

- ✓ 장년층(40~60대)에서 “우리나라 제품은 무조건 한글로 적는 게 좋다”는 의견이 많음.
- ✓ 가구소득이 높을수록 긍정적으로 응답한 비율이 줄어듦.

&lt;표 II-3-38&gt; 상품/회사명의 표기\_우리나라 제품은 무조건 한글로 적는 게 좋다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 6.8             | 26.6            | 29.5 | 26.8       | 9.7       | 0.6  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 6.9             | 26.7            | 30.6 | 27.1       | 8.4       | 0.2  |
|               | 여성         | (491)   | 6.7             | 26.5            | 28.3 | 26.5       | 11.0      | 1.0  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 7.1             | 28.6            | 40.0 | 22.9       | 1.4       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 8.2             | 28.1            | 28.1 | 25.7       | 8.8       | 1.2  |
|               | 30대        | (186)   | 6.5             | 30.1            | 29.0 | 21.5       | 11.3      | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 5.2             | 28.3            | 33.5 | 26.4       | 6.6       | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 6.1             | 23.6            | 28.8 | 27.8       | 13.2      | 0.5  |
|               | 60대        | (149)   | 8.7             | 21.5            | 22.1 | 35.6       | 12.1      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 8.0             | 20.0            | 28.0 | 16.0       | 24.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 5.3             | 20.9            | 30.0 | 30.8       | 12.5      | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 7.5             | 28.5            | 29.3 | 25.4       | 8.6       | 0.6  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 5.9             | 31.8            | 29.4 | 28.2       | 4.7       | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 7.1             | 22.6            | 27.7 | 24.5       | 17.4      | 0.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 4.8             | 24.1            | 31.0 | 29.4       | 9.8       | 1.1  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 6.8             | 27.9            | 31.7 | 26.0       | 7.5       | 0.0  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 10.4            | 32.7            | 25.2 | 24.8       | 6.4       | 0.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 5.7             | 25.8            | 32.1 | 25.4       | 10.0      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 7.1             | 26.8            | 28.8 | 27.2       | 9.6       | 0.5  |

## 응답자 특성

✓ 학력이 높을수록 “외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다”는 의견이 많음.

<표 II-3-39> 상품/회사명의 표기\_외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 5.0             | 22.6            | 36.9 | 27.2       | 7.1       | 1.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 5.7             | 22.6            | 34.2 | 29.3       | 7.5       | 0.8  |
|               | 여성         | (491)   | 4.3             | 22.6            | 39.7 | 25.1       | 6.7       | 1.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 5.7             | 12.9            | 44.3 | 30.0       | 5.7       | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 4.7             | 18.7            | 39.2 | 27.5       | 8.2       | 1.8  |
|               | 30대        | (186)   | 4.8             | 23.7            | 37.1 | 25.3       | 7.0       | 2.2  |
|               | 40대        | (212)   | 3.3             | 21.7            | 37.7 | 30.7       | 6.6       | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 5.2             | 24.5            | 34.9 | 23.1       | 10.8      | 1.4  |
|               | 60대        | (149)   | 7.4             | 28.9            | 32.2 | 28.9       | 2.0       | 0.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 4.0             | 24.0            | 36.0 | 12.0       | 12.0      | 12.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 6.1             | 20.2            | 39.2 | 26.2       | 7.2       | 1.1  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 4.3             | 23.4            | 36.4 | 27.4       | 7.5       | 1.0  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 7.1             | 23.5            | 34.1 | 32.9       | 2.4       | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 5.2             | 23.2            | 40.0 | 23.9       | 5.2       | 2.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 4.0             | 23.3            | 34.4 | 28.6       | 8.2       | 1.6  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 5.7             | 20.4            | 42.6 | 23.4       | 7.5       | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 5.9             | 23.8            | 31.7 | 32.2       | 5.9       | 0.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 3.8             | 21.5            | 34.0 | 30.6       | 8.6       | 1.4  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 5.3             | 22.9            | 37.7 | 26.3       | 6.7       | 1.1  |

## 응답자 특성

- ✓ 여성(73.5%)이 남성(68.2%)보다 “우리말로 된 제품과 상호는 한글로 적는 게 좋다”는 의견이 많음.
- ✓ 50대(74.1%)와 60대(83.9%)에서 “우리말로 된 제품과 상호를 한글로 적는 게 좋다”는 응답이 높음.

&lt;표 II-3-40&gt; 상품/회사명의 표기\_우리말로 된 제품이나 상호는 한글로 적는 게 좋다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 1.4             | 5.2             | 22.1 | 47.2       | 23.6      | 0.5  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 1.4             | 6.5             | 23.6 | 45.8       | 22.4      | 0.4  |
|               | 여성         | (491)   | 1.4             | 3.9             | 20.6 | 48.7       | 24.8      | 0.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 2.9             | 5.7             | 25.7 | 52.9       | 12.9      | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 1.2             | 7.0             | 21.6 | 49.1       | 19.9      | 1.2  |
|               | 30대        | (186)   | 1.6             | 4.8             | 25.8 | 44.6       | 22.0      | 1.1  |
|               | 40대        | (212)   | 0.9             | 5.2             | 28.8 | 44.8       | 20.3      | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 0.9             | 4.7             | 19.8 | 43.9       | 30.2      | 0.5  |
|               | 60대        | (149)   | 2.0             | 4.0             | 10.1 | 53.7       | 30.2      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 8.0             | 0.0             | 20.0 | 40.0       | 28.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 1.5             | 6.5             | 19.8 | 46.8       | 25.1      | 0.4  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 1.1             | 4.8             | 23.4 | 48.0       | 22.2      | 0.5  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 1.2             | 5.9             | 20.0 | 44.7       | 28.2      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 3.2             | 4.5             | 24.5 | 43.9       | 23.2      | 0.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 0.8             | 5.8             | 21.2 | 48.7       | 22.5      | 1.1  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 0.8             | 5.3             | 21.1 | 47.5       | 25.3      | 0.0  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 2.0             | 4.5             | 23.3 | 46.5       | 23.8      | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 1.9             | 7.2             | 20.1 | 46.9       | 23.4      | 0.5  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 1.3             | 4.7             | 22.6 | 47.3       | 23.6      | 0.5  |

## 다. 회사명/상품명의 한글, 영문 표기의 어울림

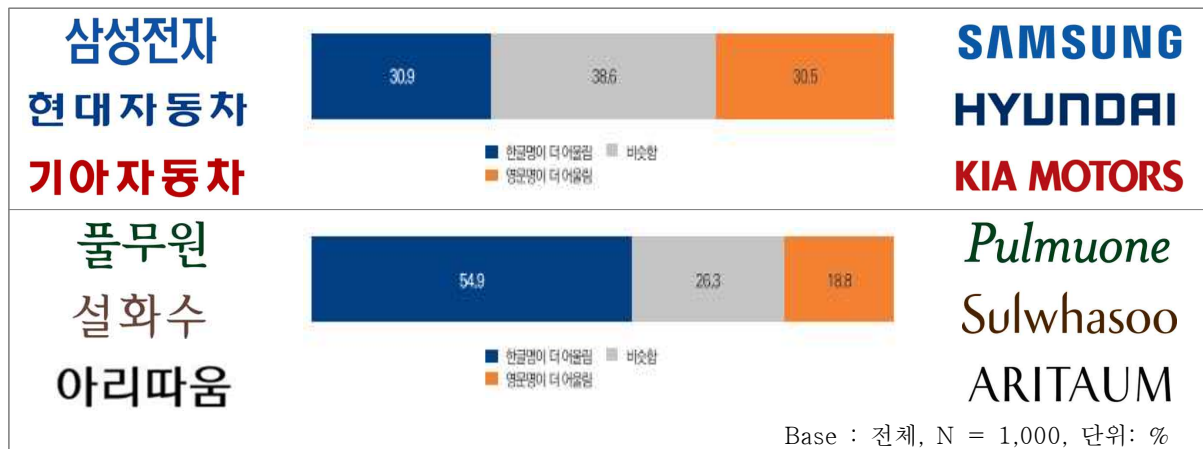
문18

국내에서 다음의 회사와 상품의 한글과 영문 표기 가운데 어느 쪽이 더 어울린다고 생각하십니까?

○ 회사명/상품명의 한글, 영문 표기의 어울림

- 글로벌 기업의 회사명은 ‘한글 표기가 더 어울린다’는 응답이 30.9%, ‘영문 표기가 더 어울린다’는 의견이 30.5%로 비슷하게 나왔음.
- 우리말 브랜드의 경우 한글 표기가 어울린다는 의견이 54.9%로 월등함.

<그림 II-3-20> 회사/상표명의 한글, 영문 표기의 어울림





## 응답자 특성

- ✓ 글로벌기업의 회사명의 경우, 청년층(10~30대)은 “영문명이 더 어울린다”는 응답이 높고, 장년층(40~60대)은 “한글명이 더 어울린다”는 응답이 높음.
- ✓ 우리말 상표명은 모든 집단에서 “한글이 더 어울린다”는 응답이 많음.

&lt;표 II-3-41&gt; 회사명/상품명의 한글/영문 표기

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 글로벌 기업 회사명 |      |            | 우리말 상표명    |      |            |
|------------|------------|---------|------------|------|------------|------------|------|------------|
|            |            |         | 한글이 더 어울린다 | 비슷하다 | 영문이 더 어울린다 | 한글이 더 어울린다 | 비슷하다 | 영문이 더 어울린다 |
| 전체         |            | (1,000) | 30.9       | 38.6 | 30.5       | 54.9       | 26.3 | 18.8       |
| 성별         | 남성         | (509)   | 34.2       | 38.3 | 27.5       | 51.9       | 29.5 | 18.7       |
|            | 여성         | (491)   | 27.5       | 38.9 | 33.6       | 58.0       | 23.0 | 18.9       |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 24.3       | 22.9 | 52.9       | 57.1       | 25.7 | 17.1       |
|            | 20대        | (171)   | 24.6       | 38.0 | 37.4       | 55.6       | 19.3 | 25.1       |
|            | 30대        | (186)   | 25.8       | 41.4 | 32.8       | 52.7       | 26.9 | 20.4       |
|            | 40대        | (212)   | 28.8       | 45.3 | 25.9       | 50.0       | 33.5 | 16.5       |
|            | 50대        | (212)   | 37.3       | 37.3 | 25.5       | 57.5       | 26.4 | 16.0       |
|            | 60대        | (149)   | 41.6       | 35.6 | 22.8       | 59.1       | 23.5 | 17.4       |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 32.0       | 52.0 | 16.0       | 56.0       | 24.0 | 20.0       |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 33.1       | 33.5 | 33.5       | 55.9       | 24.3 | 19.8       |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 30.8       | 38.8 | 30.5       | 54.1       | 27.0 | 19.0       |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 24.7       | 49.4 | 25.9       | 57.6       | 28.2 | 14.1       |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 37.4       | 35.5 | 27.1       | 54.8       | 25.2 | 20.0       |
|            | 200~399만원  | (378)   | 32.3       | 37.0 | 30.7       | 56.1       | 25.1 | 18.8       |
|            | 400~599만원  | (265)   | 26.4       | 43.0 | 30.6       | 51.7       | 30.9 | 17.4       |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 29.2       | 38.1 | 32.7       | 56.9       | 23.3 | 19.8       |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 32.5       | 45.9 | 21.5       | 52.6       | 29.2 | 18.2       |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 30.5       | 36.7 | 32.9       | 55.5       | 25.5 | 19.0       |

## 라. 한글 소재 상품에 대한 의견

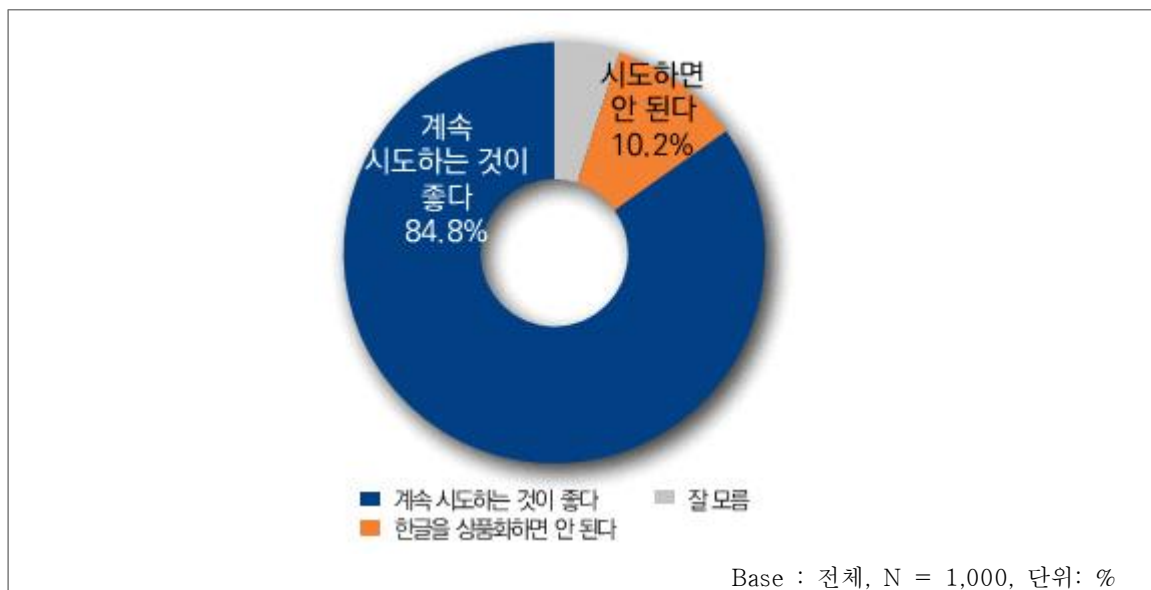
문19

한글을 소재로 한 상품(한글 티셔츠, 가방, 넥타이 등)에 대해 어떻게 생각하십니까?

○ 한글 소재 상품(티셔츠, 가방, 넥타이 등)에 대한 의견

- ‘한글을 생활화하고 널리 알리는 것이므로 계속 시도하는 것이 좋다’는 의견이 84.8%로 압도적이며, ‘한글을 상품화하는 것이므로 이러한 시도는 해서는 안 된다고 생각한다’는 의견은 10.2%에 불과함.

<그림 II-3-21> 한글 소재 상품에 대한 의견



## 응답자 특성

✓ 학력이 높을수록, 소득이 높을수록 한글을 소재로 한 상품에 대해 긍정적인 평가가 더 높음.

&lt;표 II-3-42&gt; 한글 소재 상품에 대한 의견

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 한글을 생활화하고<br>널리 알리는 것이므로<br>계속 시도하는 것이<br>좋다 | 한글을 상품화하는<br>것이므로<br>이러한 시도는 해서는<br>안 된다고 생각한다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|--|--|------|
| 전체            |            | (1,000) | 84.8   | 10.2   | 5.0  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 83.7   | 11.6   | 4.7  |
|               | 여성         | (491)   | 85.9   | 8.8  | 5.3  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 81.4   | 8.6  | 10.0 |
|               | 20대        | (171)   | 81.3   | 11.7   | 7.0  |
|               | 30대        | (186)   | 83.9   | 9.7  | 6.5  |
|               | 40대        | (212)   | 85.8   | 9.9  | 4.2  |
|               | 50대        | (212)   | 85.4   | 12.3   | 2.4  |
|               | 60대        | (149)   | 89.3   | 7.4  | 3.4  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 72.0   | 20.0   | 8.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 80.6   | 12.5   | 6.8  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 86.3   | 9.3  | 4.5  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 90.6   | 7.1  | 2.4  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 82.6   | 9.7  | 7.7  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 83.9   | 10.8   | 5.3  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 84.9   | 12.5   | 2.6  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 88.1   | 6.4  | 5.4  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 82.8   | 12.9   | 4.3  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 85.3   | 9.5  | 5.2  |

#### 4. 대중 매체에서 한글 사용

##### 가. 예능 프로그램에서의 맞춤법에 대한 의견

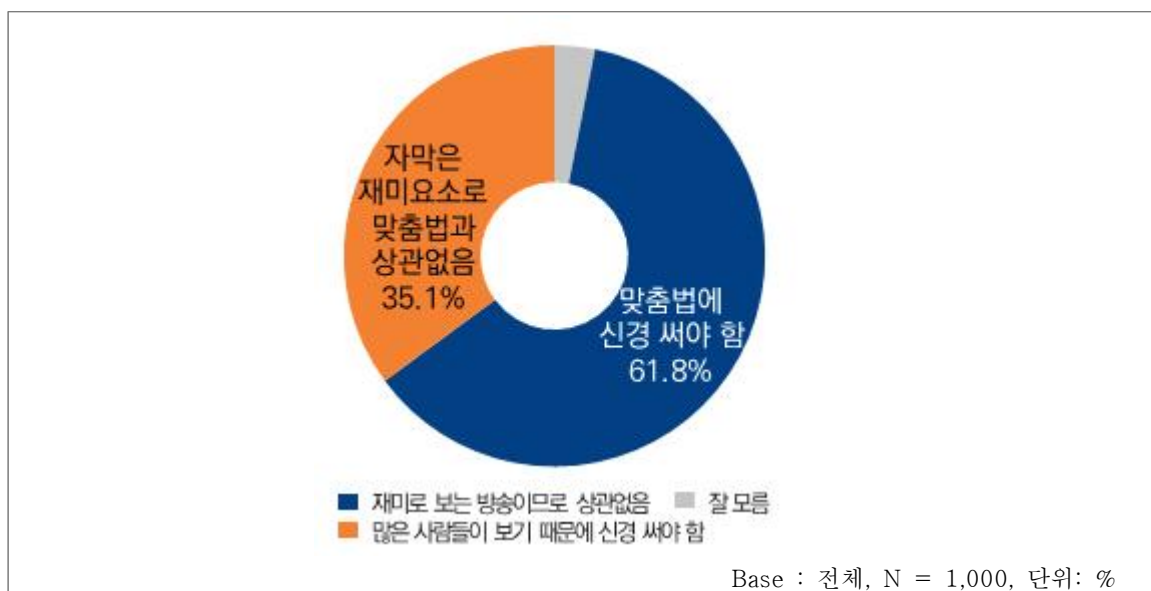
문20

텔레비전 방송의 예능 프로그램 자막 가운데 인터넷 등 통신 언어에서 쓰이는  
의도적인 틀린 표기(‘드루와’, ‘척오’ 등)의 사용이 있습니다.  
이에 대해서 어떻게 생각하십니까?

○ 대중매체(예능 프로그램)의 맞춤법에 대한 의견

- ‘재미로 보는 방송이기 때문에 상관없다고 생각한다’는 의견이 61.8%로 나타남.
- ‘예능이라도 많은 사람들이 보는 방송이기 때문에 맞춤법에 신경을 써야 한다’는 의견은 35.1%임.

<그림 II-3-22> 예능 프로그램의 맞춤법 준수에 대한 의견



## 응답자 특성

- ✓ 10~20대는 예능 프로그램의 맞춤법에 대해 “재미로 보는 방송이기 때문에 상관없다고 생각한다”는 비율이 높음.
- ✓ 소득이 높을수록 “예능이라도 많은 사람들이 보는 방송이기 때문에 맞춤법에 신경을 써야 한다고 생각한다”고 응답한 비율이 높음.

&lt;표 II-3-43&gt; 예능 프로그램에서의 맞춤법에 대한 의견

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 재미로 보는 방송이기<br>때문에 상관없다고<br>생각한다 | 예능이라도 많은<br>사람들이 보는<br>방송이기 때문에<br>맞춤법에 신경을 써야<br>한다고 생각한다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|----------------------------------|--|------|
| 전체            |            | (1,000) | 35.1                             | 61.8   | 3.1  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 36.5                             | 60.1   | 3.3  |
|               | 여성         | (491)   | 33.6                             | 63.5   | 2.9  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 64.3                             | 31.4   | 4.3  |
|               | 20대        | (171)   | 51.5                             | 44.4   | 4.1  |
|               | 30대        | (186)   | 37.1                             | 57.5   | 5.4  |
|               | 40대        | (212)   | 35.8                             | 62.7   | 1.4  |
|               | 50대        | (212)   | 25.0                             | 72.6   | 2.4  |
|               | 60대        | (149)   | 13.4                             | 84.6   | 2.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 28.0                             | 64.0   | 8.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 39.9                             | 55.9   | 4.2  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 34.6                             | 63.0   | 2.4  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 25.9                             | 70.6   | 3.5  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 38.1                             | 55.5   | 6.5  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 37.6                             | 59.3   | 3.2  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 33.6                             | 65.7   | 0.8  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 30.2                             | 66.3   | 3.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 32.5                             | 66.0   | 1.4  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 35.8                             | 60.7   | 3.5  |

## 나. 영화, 드라마에서의 맞춤법에 대한 의견

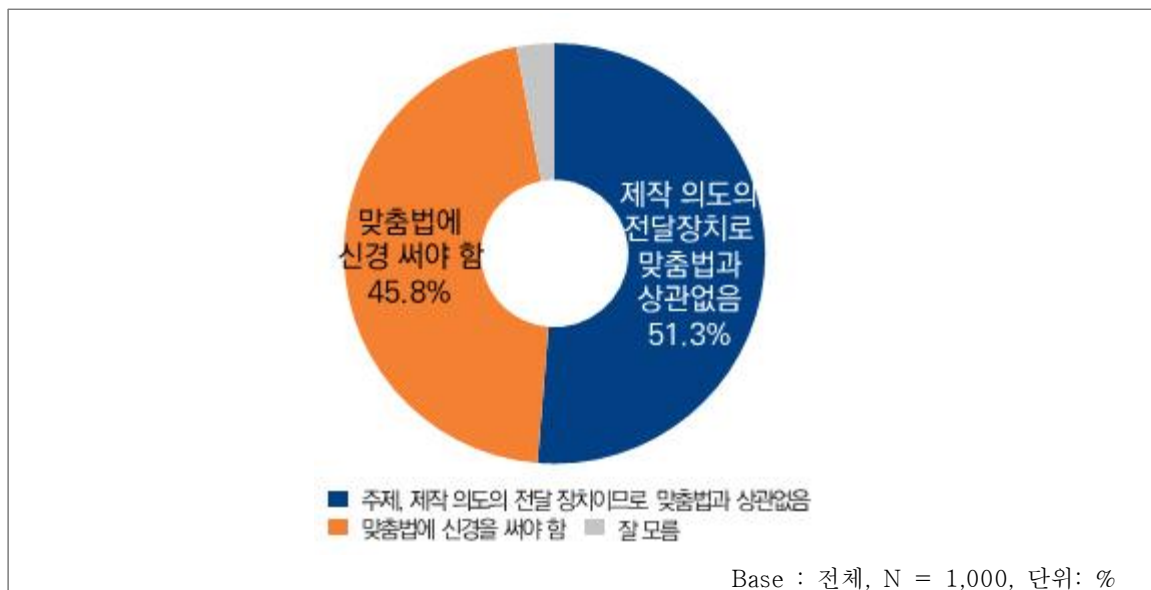
문21

맞춤법에 어긋나는 영화, 드라마 등의 제목에 대해서 어떻게 생각하십니까?  
예) 구르미 그린 달빛, 차칸남자, 말아톤, 반창고 등

### ○ 영화, 드라마에서의 맞춤법에 대한 의견

- ‘영화의 주제나 제작 의도 등을 효과적으로 전달하는 장치이므로 상관없다고 생각한다’는 의견이 51.3%이며, ‘예술이라도 대중을 대상으로 하기 때문에 맞춤법에 신경을 써야 한다고 생각한다’는 의견은 45.8%로 나타남.

<그림 II-3-23> 영화, 드라마에서의 맞춤법에 대한 의견



## 응답자 특성

- ✓ 50~60대는 “예술이라도 대중을 대상으로 하기 때문에 맞춤법에 신경을 써야 한다고 생각한다”는 응답이 높음.
- ✓ 학력이 높을수록 “영화의 주제나 제작 의도 등을 효과적으로 전달하는 장치이므로 상관없다고 생각한다”는 응답이 높음.

&lt;표 II-3-44&gt; 영화, 드라마에서의 맞춤법에 대한 의견

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 영화의 주제나<br>제작 의도 등을 효과적으로<br>전달하는 장치이므로<br>상관없다고 생각한다 | 예술이라도<br>대중을 대상으로 하기 때문에<br>맞춤법에 신경을<br>써야 한다고 생각한다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---|---|------|
| 전체            |            | (1,000) | 51.3  | 45.8  | 2.9  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 49.9  | 46.8  | 3.3  |
|               | 여성         | (491)   | 52.7  | 44.8  | 2.4  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 71.4  | 22.9  | 5.7  |
|               | 20대        | (171)   | 64.9  | 32.2  | 2.9  |
|               | 30대        | (186)   | 55.9  | 39.8  | 4.3  |
|               | 40대        | (212)   | 56.1  | 43.4  | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 41.0  | 55.7  | 3.3  |
|               | 60대        | (149)   | 28.2  | 69.1  | 2.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 28.0  | 60.0  | 12.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 49.8  | 46.0  | 4.2  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 53.0  | 44.8  | 2.2  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 50.6  | 48.2  | 1.2  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 47.7  | 47.1  | 5.2  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 54.5  | 42.3  | 3.2  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 51.7  | 46.8  | 1.5  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 47.5  | 50.0  | 2.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 52.6  | 46.4  | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 50.9  | 45.6  | 3.4  |

## 다. 한글 변용어의 사용 실태

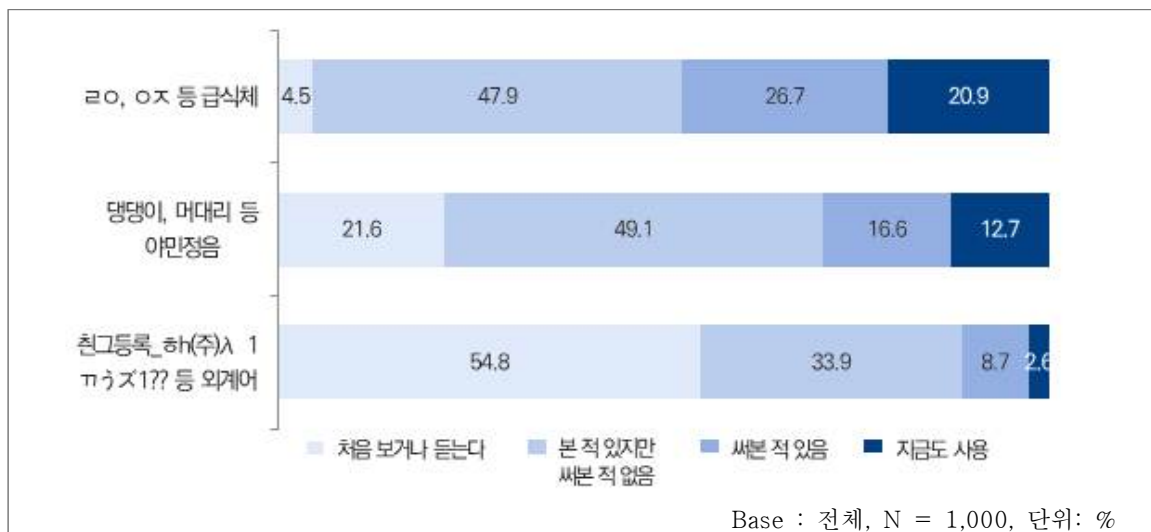
문22

귀하는 아래와 같이 **한글을 변용하는 유행어**를 보거나 써본 적이 있으십니까?

### ○ 한글 변용 유행어의 사용 실태

- 르ㅇ(레알), ㅇ즈(인정) 등 급식체를 써본 응답자는 47.6%이며, ‘지금도 사용한다’는 응답은 20.9%임
- 땡땡이(명명이), 머대리(대머리) 등 야민정음을 써본 응답자는 29.3%이며, ‘지금도 사용한다’고 응답한 비율은 12.7%임.
- 외계어는 54.8%가 ‘처음 보거나 듣는다’고 응답함.

<그림 II-3-24> 한글 변용 유행어의 사용 실태





## 응답자 특성

- ✓ 10대(58.6%)와 20대(39.8%)는 “지금도 사용한다”는 응답이 높은 반면, 연령이 높을수록 “본 적은 있지만, 써본 적은 없다”는 응답이 높음.
- ✓ 학생은 “이전에 사용해본 적이 있다”는 응답과 “지금도 사용한다”는 응답이 85.6%임.

&lt;표 II-3-45&gt; 한글 변용어의 사용실태\_르ㅇ(레알), ㅇ즈(인정)

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 처음 보거나 듣는다 | 본 적은 있지만 써본 적은 없다 | 이전에 사용해본 적이 있다 | 지금도 사용한다 |
|------------|------------|---------|------------|-------------------|----------------|----------|
| 전체         |            | (1,000) | 4.5        | 47.9              | 26.7           | 20.9     |
| 성별         | 남성         | (509)   | 5.1        | 49.5              | 25.1           | 20.2     |
|            | 여성         | (491)   | 3.9        | 46.2              | 28.3           | 21.6     |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 2.9        | 14.3              | 24.3           | 58.6     |
|            | 20대        | (171)   | 2.3        | 18.7              | 39.2           | 39.8     |
|            | 30대        | (186)   | 3.8        | 45.2              | 29.6           | 21.5     |
|            | 40대        | (212)   | 1.4        | 53.3              | 30.2           | 15.1     |
|            | 50대        | (212)   | 6.6        | 63.7              | 21.2           | 8.5      |
|            | 60대        | (149)   | 10.1       | 70.5              | 12.8           | 6.7      |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 12.0       | 40.0              | 24.0           | 24.0     |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 4.9        | 47.9              | 27.4           | 19.8     |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 4.0        | 47.7              | 26.8           | 21.5     |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 4.7        | 51.8              | 24.7           | 18.8     |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 10.5       | 47.4              | 26.3           | 15.8     |
|            | 자영업        | (91)    | 8.8        | 58.2              | 22.0           | 11.0     |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 3.5        | 45.6              | 31.6           | 19.3     |
|            | 기술/일반직업직   | (121)   | 4.1        | 55.4              | 29.8           | 10.7     |
|            | 사무직        | (248)   | 3.2        | 48.8              | 29.4           | 18.5     |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 3.4        | 51.7              | 29.3           | 15.5     |
|            | 전업주부       | (152)   | 3.9        | 62.5              | 19.7           | 13.8     |
|            | 학생         | (125)   | 2.4        | 12.0              | 26.4           | 59.2     |
|            | 기타         | (71)    | 9.9        | 46.5              | 25.4           | 18.3     |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 4.5        | 40.0              | 27.1           | 28.4     |
|            | 200~399만원  | (378)   | 3.2        | 49.5              | 26.7           | 20.6     |
|            | 400~599만원  | (265)   | 6.8        | 49.8              | 25.7           | 17.7     |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 4.0        | 48.5              | 27.7           | 19.8     |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 2.9        | 51.7              | 29.2           | 16.3     |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 4.9        | 46.9              | 26.0           | 22.1     |

## 응답자 특성

- ✓ “댕댕이(멍멍이)”, “머대리(대머리)” 등의 야민정음은 청년층(10~30대)의 사용 비율이 높음.
- ✓ 학생의 27.2%는 ‘이전에 사용해본 적이 있다’고 응답했으며, 35.2%는 “지금도 사용한다”고 응답함.

<표 II-3-46> 한글 변용어의 사용실태\_댕댕이(멍멍이), 머대리(대머리)

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 처음 보거나 듣는다 | 본 적은 있지만 써본 적은 없다 | 이전에 사용해본 적이 있다 | 지금도 사용한다 |
|------------|------------|---------|------------|-------------------|----------------|----------|
| 전체         |            | (1,000) | 21.6       | 49.1              | 16.6           | 12.7     |
| 성별         | 남성         | (509)   | 22.6       | 48.5              | 16.7           | 12.2     |
|            | 여성         | (491)   | 20.6       | 49.7              | 16.5           | 13.2     |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 10.0       | 32.9              | 25.7           | 31.4     |
|            | 20대        | (171)   | 8.8        | 34.5              | 27.5           | 29.2     |
|            | 30대        | (186)   | 26.3       | 43.0              | 17.7           | 12.9     |
|            | 40대        | (212)   | 22.2       | 55.7              | 13.2           | 9.0      |
|            | 50대        | (212)   | 25.0       | 56.6              | 14.2           | 4.2      |
|            | 60대        | (149)   | 30.2       | 61.1              | 6.7            | 2.0      |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 20.0       | 32.0              | 24.0           | 24.0     |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 20.2       | 52.9              | 16.3           | 10.6     |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 21.2       | 48.0              | 17.5           | 13.2     |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 29.4       | 50.6              | 8.2            | 11.8     |
| 직업         | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 15.8       | 42.1              | 31.6           | 10.5     |
|            | 자영업        | (91)    | 24.2       | 58.2              | 13.2           | 4.4      |
|            | 판매/서비스직    | (57)    | 22.8       | 52.6              | 14.0           | 10.5     |
|            | 기술/일반직업직   | (121)   | 26.4       | 52.1              | 14.0           | 7.4      |
|            | 사무직        | (248)   | 23.0       | 48.8              | 18.1           | 10.1     |
|            | 경영관리/전문직   | (116)   | 16.4       | 56.0              | 14.7           | 12.9     |
|            | 전업주부       | (152)   | 29.6       | 53.9              | 11.2           | 5.3      |
|            | 학생         | (125)   | 7.2        | 30.4              | 27.2           | 35.2     |
|            | 기타         | (71)    | 22.5       | 43.7              | 14.1           | 19.7     |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 18.1       | 45.8              | 17.4           | 18.7     |
|            | 200~399만원  | (378)   | 20.4       | 49.7              | 17.5           | 12.4     |
|            | 400~599만원  | (265)   | 26.0       | 44.5              | 18.9           | 10.6     |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 20.8       | 56.4              | 11.4           | 11.4     |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 25.8       | 51.2              | 15.8           | 7.2      |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 20.5       | 48.5              | 16.8           | 14.2     |

## 응답자 특성

✓ 외계어는 20대(18.7%)에서 다른 연령대에 비해 상대적으로 사용해본 비율이 높음.

<표 II-3-47> 한글 변용어의 사용실태\_친그등록\_ㅎ(주)ㄹ 1 ㅈㅊ ㅈ1홍?(친구 등록해 주세요)

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 처음 보거나<br>듣는다 | 본 적은 있지만<br>써본 적은 없다 | 이전에<br>사용해본 적이<br>있다 | 지금도<br>사용한다 |
|---------------|------------|---------|---------------|----------------------|----------------------|-------------|
| 전체            |            | (1,000) | 54.8          | 33.9                 | 8.7                  | 2.6         |
| 성별            | 남성         | (509)   | 56.0          | 32.4                 | 8.6                  | 2.9         |
|               | 여성         | (491)   | 53.6          | 35.4                 | 8.8                  | 2.2         |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 44.3          | 51.4                 | 4.3                  | 0.0         |
|               | 20대        | (171)   | 43.9          | 37.4                 | 15.2                 | 3.5         |
|               | 30대        | (186)   | 50.5          | 38.2                 | 8.1                  | 3.2         |
|               | 40대        | (212)   | 61.8          | 25.5                 | 9.4                  | 3.3         |
|               | 50대        | (212)   | 58.5          | 31.1                 | 8.5                  | 1.9         |
|               | 60대        | (149)   | 62.4          | 32.2                 | 3.4                  | 2.0         |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 56.0          | 28.0                 | 4.0                  | 12.0        |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 56.3          | 33.8                 | 7.2                  | 2.7         |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 54.9          | 32.9                 | 10.2                 | 2.1         |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 49.4          | 43.5                 | 3.5                  | 3.5         |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 52.6          | 21.1                 | 10.5                 | 15.8        |
|               | 자영업        | (91)    | 57.1          | 33.0                 | 7.7                  | 2.2         |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 43.9          | 43.9                 | 10.5                 | 1.8         |
|               | 기술/일반직업직   | (121)   | 57.0          | 28.9                 | 10.7                 | 3.3         |
|               | 사무직        | (248)   | 55.6          | 31.9                 | 10.1                 | 2.4         |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 50.0          | 36.2                 | 10.3                 | 3.4         |
|               | 전업주부       | (152)   | 63.2          | 30.9                 | 3.9                  | 2.0         |
|               | 학생         | (125)   | 47.2          | 42.4                 | 9.6                  | 0.8         |
|               | 기타         | (71)    | 57.7          | 33.8                 | 5.6                  | 2.8         |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 58.1          | 32.9                 | 5.2                  | 3.9         |
|               | 200~399만원  | (378)   | 52.6          | 35.4                 | 9.3                  | 2.6         |
|               | 400~599만원  | (265)   | 55.8          | 31.7                 | 10.2                 | 2.3         |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 55.0          | 34.7                 | 8.4                  | 2.0         |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 57.4          | 26.8                 | 11.5                 | 4.3         |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 54.1          | 35.8                 | 8.0                  | 2.1         |

## 라. 한글의 변용에 대한 의견

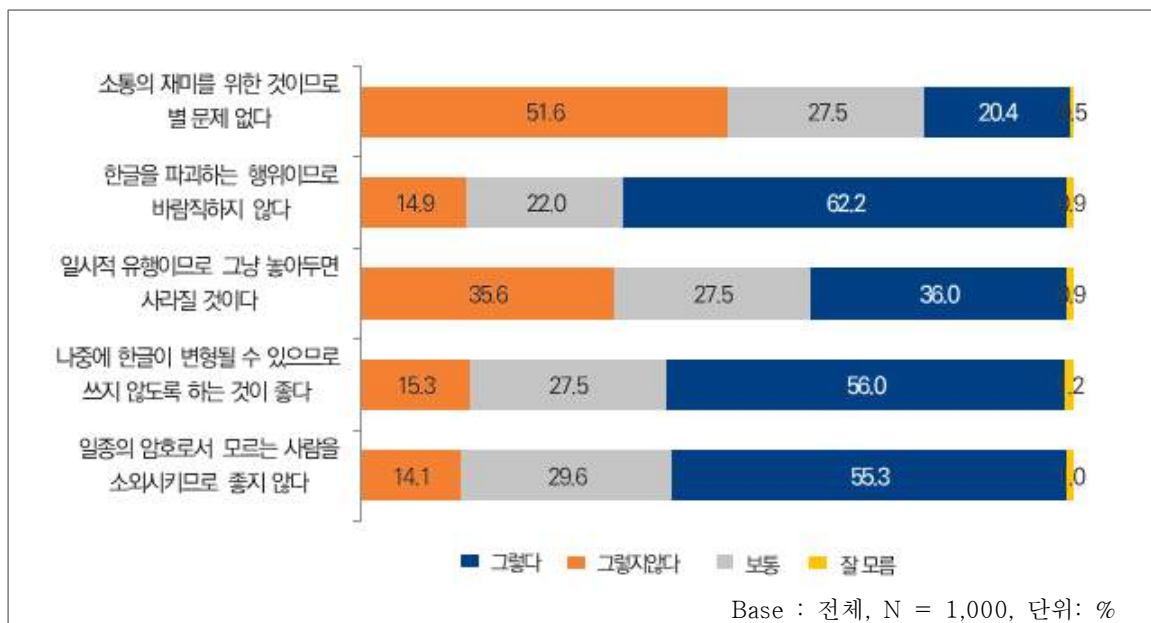
문23

한글의 변용에 대하여 어떻게 생각하십니까?

### ○ 한글의 변용에 대한 의견

- ‘소통의 재미를 위한 것이므로 별 문제 없다’는 질문에 ‘그렇다’는 응답은 20.4%이며, ‘그렇지 않다’고 응답한 비율은 51.6%로 나타남.
- ‘한글을 파괴하는 행위이므로 바람직하지 않다’는 의견은 62.2%가 ‘그렇다’고 응답함.
- ‘일시적 유행이므로 그냥 놓아두면 사라질 것이다’라는 의견은 긍정(36.0%)과 부정(35.6%)이 비슷함.
- ‘나중에 한글이 변형될 수 있으므로 쓰지 않도록 하는 것이 좋다’는 질문에 56.0%가 ‘그렇다’고 응답함.
- ‘일종의 암호로서 모르는 사람을 소외시키므로 좋지 않다’는 의견은 ‘그렇다’가 55.3%로 나타남.

<그림 II-3-25> 한글의 변용에 대한 의견



## 응답자 특성

- ✓ 10대(35.7%)와 20대(34.5%)는 “소통의 재미를 위한 것이므로 별 문제 없다”는 응답이 높음.
- ✓ 30~60대는 “그렇지 않다”는 응답이 높음.
- ✓ 초중고생 자녀가 있는 경우(57.9%) ‘그렇지 않다’고 응답한 비율이 높음.

&lt;표 II-3-48&gt; 한글의 번용에 대한 의견\_소통의 재미를 위한 것이므로 별 문제 없다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 19.6            | 32.0            | 27.5 | 16.0       | 4.4       | 0.5  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 18.3            | 34.0            | 26.5 | 16.1       | 4.7       | 0.4  |
|               | 여성         | (491)   | 21.0            | 29.9            | 28.5 | 15.9       | 4.1       | 0.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 5.7             | 17.1            | 41.4 | 22.9       | 12.9      | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 8.2             | 21.6            | 35.1 | 28.1       | 6.4       | 0.6  |
|               | 30대        | (186)   | 17.2            | 37.1            | 26.3 | 13.4       | 4.3       | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 24.1            | 34.0            | 24.5 | 13.2       | 4.2       | 0.0  |
|               | 50대        | (212)   | 19.8            | 36.3            | 29.7 | 11.8       | 1.9       | 0.5  |
|               | 60대        | (149)   | 35.6            | 35.6            | 14.8 | 12.1       | 2.0       | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 16.0            | 36.0            | 32.0 | 8.0        | 8.0       | 0.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 18.6            | 27.0            | 30.4 | 18.3       | 4.6       | 1.1  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 19.9            | 33.3            | 26.5 | 15.5       | 4.5       | 0.3  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 21.2            | 36.5            | 24.7 | 15.3       | 2.4       | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 20.0            | 24.5            | 34.8 | 16.8       | 3.2       | 0.6  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 18.3            | 31.7            | 25.4 | 18.0       | 5.6       | 1.1  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 16.2            | 37.0            | 30.2 | 14.0       | 2.6       | 0.0  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 26.2            | 31.7            | 22.3 | 14.4       | 5.4       | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 23.9            | 34.0            | 25.4 | 12.0       | 4.3       | 0.5  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 18.5            | 31.5            | 28.1 | 17.1       | 4.4       | 0.5  |

## 응답자 특성

- ✓ 30~60대에서 “한글을 파괴하는 행위이므로 바람직하지 않다”는 응답이 높음.
- ✓ 초중고생 자녀가 있는 경우(71.3%) ‘그렇다’고 응답한 비율이 높음.

<표 II-3-49> 한글의 변용에 대한 의견\_한글을 파괴하는 행위이므로 바람직하지 않다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 2.0             | 12.9            | 22.0 | 32.4       | 29.8      | 0.9  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 3.3             | 13.9            | 22.0 | 31.2       | 28.9      | 0.6  |
|               | 여성         | (491)   | 0.6             | 11.8            | 22.0 | 33.6       | 30.8      | 1.2  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 4.3             | 24.3            | 31.4 | 27.1       | 12.9      | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 2.3             | 18.7            | 33.9 | 29.8       | 13.5      | 1.8  |
|               | 30대        | (186)   | 2.2             | 10.8            | 21.5 | 34.9       | 29.0      | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 2.4             | 11.8            | 19.8 | 32.5       | 33.0      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 0.9             | 10.4            | 19.3 | 34.4       | 34.4      | 0.5  |
|               | 60대        | (149)   | 1.3             | 8.7             | 11.4 | 31.5       | 46.3      | 0.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 4.0             | 0.0             | 24.0 | 32.0       | 40.0      | 0.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 2.7             | 12.9            | 24.3 | 29.7       | 28.9      | 1.5  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 1.9             | 13.6            | 20.7 | 33.0       | 30.3      | 0.5  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 11.8            | 23.5 | 36.5       | 25.9      | 2.4  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 1.9             | 13.5            | 25.8 | 24.5       | 32.3      | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 1.9             | 14.0            | 24.3 | 32.8       | 25.7      | 1.3  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 2.3             | 9.1             | 22.3 | 37.0       | 29.4      | 0.0  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 2.0             | 15.3            | 14.4 | 31.7       | 36.1      | 0.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 2.4             | 11.0            | 14.4 | 35.9       | 35.4      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 1.9             | 13.4            | 24.0 | 31.5       | 28.3      | 0.9  |

## 응답자 특성

✓ 학력이 높을수록 “일시적 유행이므로 그냥 놓아두면 사라질 것이다”는 응답이 높음.

<표 II-3-50> 한글의 변용에 대한 의견\_일시적 유행이므로 그냥 놓아두면 사라질 것이다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘<br>모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|---------|
| 전체            |            | (1,000) | 13.0            | 22.6            | 27.5 | 28.7       | 7.3       | 0.9     |
| 성별            | 남성         | (509)   | 12.8            | 23.0            | 27.9 | 27.5       | 8.4       | 0.4     |
|               | 여성         | (491)   | 13.2            | 22.2            | 27.1 | 29.9       | 6.1       | 1.4     |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 5.7             | 25.7            | 25.7 | 35.7       | 7.1       | 0.0     |
|               | 20대        | (171)   | 9.9             | 11.7            | 26.9 | 36.8       | 12.9      | 1.8     |
|               | 30대        | (186)   | 10.8            | 22.6            | 25.8 | 29.6       | 10.2      | 1.1     |
|               | 40대        | (212)   | 13.7            | 22.2            | 33.0 | 25.9       | 5.2       | 0.0     |
|               | 50대        | (212)   | 11.8            | 25.9            | 26.4 | 29.2       | 4.7       | 1.9     |
|               | 60대        | (149)   | 23.5            | 29.5            | 24.8 | 18.1       | 4.0       | 0.0     |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 16.0            | 16.0            | 32.0 | 24.0       | 8.0       | 4.0     |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 14.1            | 23.6            | 27.4 | 28.9       | 4.9       | 1.1     |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 12.4            | 21.4            | 28.7 | 28.2       | 8.5       | 0.8     |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 12.9            | 30.6            | 17.6 | 32.9       | 5.9       | 0.0     |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 14.2            | 21.9            | 25.2 | 31.6       | 5.8       | 1.3     |
|               | 200~399만원  | (378)   | 12.2            | 21.4            | 26.5 | 29.9       | 8.7       | 1.3     |
|               | 400~599만원  | (265)   | 10.9            | 21.5            | 33.6 | 27.2       | 6.0       | 0.8     |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 16.3            | 26.7            | 23.3 | 26.2       | 7.4       | 0.0     |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 13.9            | 25.8            | 29.7 | 23.0       | 6.7       | 1.0     |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 12.8            | 21.7            | 26.9 | 30.2       | 7.5       | 0.9     |

## 응답자 특성

- ✓ 20~60대에서 “나중에 한글이 변형될 수 있으므로 쓰지 않도록 하는 것이 좋다”는 비율이 높은 반면, 10대에서는 “그렇지 않다”(27.1%)는 비율이 높음.
- ✓ 학력이 높을수록 “나중에 한글이 변형될 수 있으므로 쓰지 않도록 하는 것이 좋다”는 비율이 높음.

<표 II-3-51> 한글의 변용에 대한 의견\_나중에 한글이 변형될 수 있으므로 쓰지 않도록 하는 것이 좋다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 3.2             | 12.1            | 27.5 | 29.3       | 26.7      | 1.2  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 4.7             | 12.8            | 27.3 | 28.9       | 25.1      | 1.2  |
|               | 여성         | (491)   | 1.6             | 11.4            | 27.7 | 29.7       | 28.3      | 1.2  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 5.7             | 21.4            | 48.6 | 18.6       | 4.3       | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 4.7             | 19.9            | 34.5 | 26.9       | 11.1      | 2.9  |
|               | 30대        | (186)   | 3.8             | 13.4            | 25.3 | 28.0       | 28.0      | 1.6  |
|               | 40대        | (212)   | 1.4             | 9.4             | 25.5 | 35.8       | 27.4      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 3.3             | 8.5             | 26.4 | 27.8       | 33.0      | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 2.0             | 6.0             | 16.8 | 31.5       | 43.6      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 4.0             | 0.0             | 20.0 | 28.0       | 44.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 4.6             | 11.4            | 29.3 | 28.9       | 24.3      | 1.5  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 3.0             | 12.9            | 27.1 | 29.2       | 26.6      | 1.1  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 0.0             | 11.8            | 27.1 | 31.8       | 29.4      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 6.5             | 14.2            | 31.0 | 23.2       | 23.9      | 1.3  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 4.2             | 12.2            | 27.2 | 31.0       | 23.5      | 1.9  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 1.1             | 9.4             | 30.2 | 31.3       | 26.8      | 1.1  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 1.5             | 13.9            | 21.8 | 28.2       | 34.7      | 0.0  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 1.4             | 6.7             | 22.5 | 33.0       | 35.4      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 3.7             | 13.5            | 28.8 | 28.3       | 24.4      | 1.3  |



## 응답자 특성

- ✓ “일종의 암호로서 모르는 사람을 소외시키므로 좋지 않다”는 응답은 55.3%임.
- ✓ 장년층(40~60대)에서 ‘그렇다’는 응답이 청년층(10~30대)에 비해 높게 나타남.

&lt;표 II-3-52&gt; 한글의 변용에 대한 의견\_일종의 암호로서 모르는 사람을 소외시키므로 좋지 않다

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|-----------------|-----------------|------|------------|-----------|------|
| 전체            |            | (1,000) | 2.7             | 11.4            | 29.6 | 33.8       | 21.5      | 1.0  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 2.9             | 12.0            | 29.3 | 33.6       | 21.4      | 0.8  |
|               | 여성         | (491)   | 2.4             | 10.8            | 29.9 | 34.0       | 21.6      | 1.2  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 1.4             | 25.7            | 50.0 | 15.7       | 7.1       | 0.0  |
|               | 20대        | (171)   | 2.9             | 20.5            | 32.7 | 31.0       | 11.1      | 1.8  |
|               | 30대        | (186)   | 2.7             | 17.2            | 29.0 | 29.0       | 19.9      | 2.2  |
|               | 40대        | (212)   | 2.8             | 7.1             | 27.8 | 38.2       | 23.6      | 0.5  |
|               | 50대        | (212)   | 2.4             | 3.3             | 30.2 | 35.4       | 27.8      | 0.9  |
|               | 60대        | (149)   | 3.4             | 4.7             | 18.8 | 43.0       | 30.2      | 0.0  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 0.0             | 4.0             | 28.0 | 36.0       | 28.0      | 4.0  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 3.8             | 9.5             | 32.3 | 31.9       | 20.9      | 1.5  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 2.6             | 12.9            | 28.7 | 34.4       | 20.6      | 0.8  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 1.2             | 8.2             | 28.2 | 34.1       | 28.2      | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 2.6             | 11.6            | 32.3 | 26.5       | 25.2      | 1.9  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 2.4             | 12.7            | 31.7 | 32.8       | 19.0      | 1.3  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 2.6             | 10.9            | 27.5 | 37.4       | 21.1      | 0.4  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 3.5             | 9.4             | 26.2 | 36.6       | 23.8      | 0.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 1.4             | 6.2             | 21.5 | 43.1       | 26.8      | 1.0  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 3.0             | 12.8            | 31.7 | 31.4       | 20.1      | 1.0  |

## 5. 한글의 가치

### 가. 한글의 가치

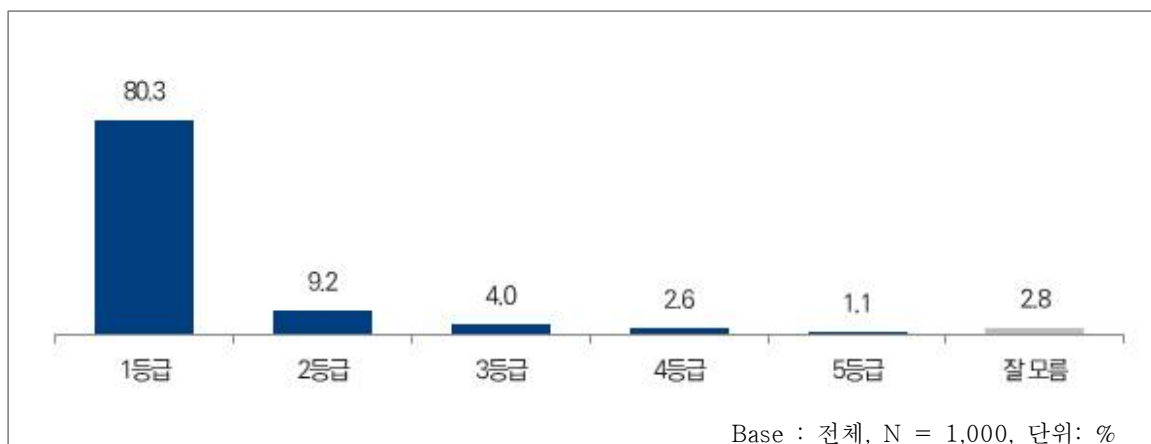
문24

우리나라 국보에는 등급이 없습니다. 그리고 문자가 국보가 되는 경우도 없습니다.  
만약에 국보를 1등급에서 5등급으로 나누고 한글을 국보로 지정한다면,  
한글은 몇 등급이 적당하다고 생각하십니까?

#### ○ 한글의 가치

- 한글을 국보로 지정하고, 국보에 등급을 부여한다면 한글은 몇 등급이 적당한지 질문함.
- ‘1등급’이라고 응답한 비율이 80.3%로 나타남.
- ‘2등급’(9.2%), ‘3등급’(4.0%), ‘4등급’(2.6%), ‘5등급’(1.1%) 순임.

<그림 II-3-26> 한글의 가치



## 응답자 특성

- ✓ 10~20대보다 30~60대에서 한글의 가치에 대해 “1등급”이라고 응답한 비율이 높음.
- ✓ 학력이 높을수록 “1등급”이라고 응답한 비율이 높음.

&lt;표 II-3-53&gt; 한글의 가치

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 1등급  | 2등급  | 3등급 | 4등급 | 5등급 | 잘 모름 |
|---------------|------------|---------|------|------|-----|-----|-----|------|
| 전체            |            | (1,000) | 80.3 | 9.2  | 4.0 | 2.6 | 1.1 | 2.8  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 80.6 | 9.0  | 3.7 | 2.4 | 1.4 | 2.9  |
|               | 여성         | (491)   | 80.0 | 9.4  | 4.3 | 2.9 | 0.8 | 2.6  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 77.1 | 8.6  | 5.7 | 2.9 | 4.3 | 1.4  |
|               | 20대        | (171)   | 72.5 | 15.8 | 4.7 | 2.3 | 2.3 | 2.3  |
|               | 30대        | (186)   | 80.6 | 8.6  | 4.8 | 2.2 | 0.5 | 3.2  |
|               | 40대        | (212)   | 81.1 | 9.9  | 2.4 | 3.8 | 0.5 | 2.4  |
|               | 50대        | (212)   | 83.5 | 5.2  | 4.7 | 2.4 | 0.5 | 3.8  |
|               | 60대        | (149)   | 84.6 | 7.4  | 2.7 | 2.0 | 0.7 | 2.7  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 68.0 | 8.0  | 8.0 | 0.0 | 0.0 | 16.0 |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 76.4 | 10.6 | 4.6 | 3.4 | 1.1 | 3.8  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 80.9 | 9.3  | 4.0 | 2.6 | 1.1 | 2.2  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 91.8 | 4.7  | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 0.0  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 76.8 | 11.6 | 3.2 | 1.3 | 1.3 | 5.8  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 81.2 | 8.2  | 3.2 | 2.4 | 1.9 | 3.2  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 78.5 | 9.1  | 6.0 | 4.5 | 0.4 | 1.5  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 83.7 | 9.4  | 3.5 | 1.5 | 0.5 | 1.5  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 76.6 | 11.5 | 5.7 | 4.8 | 0.0 | 1.4  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 81.3 | 8.6  | 3.5 | 2.0 | 1.4 | 3.2  |

## 나. 한글이 창제되지 않았을 경우, 국민들의 글 이해 능력

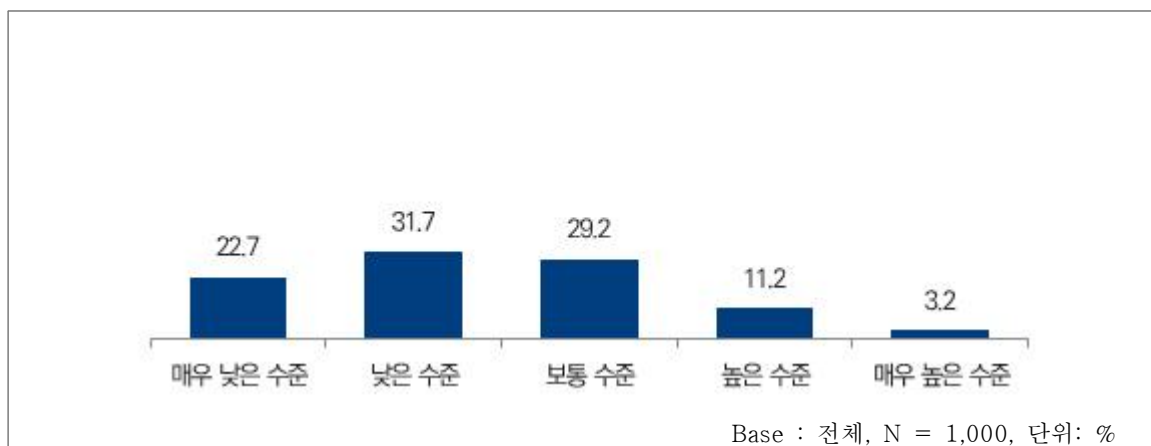
문25

만약 한글이 창제되지 않아서 **한자를 계속 써왔다면**,  
오늘날 일반 국민들이 글을 읽고 이해하는 능력은 어느 정도일 것으로 생각하십니까?

○ 한글이 창제되지 않았을 경우, 국민들의 글 이해 능력

- 한글이 창제되지 않아서 한자를 계속 써왔을 때, 일반 국민들이 글을 읽고 이해하는 능력에 대해 질문함.
- 글을 읽고 이해하는 능력, 문해력이 ‘낮은 수준’일 것이라고 응답한 비율은 54.4%임.
- 한글이 창제되지 않아 한자를 계속 써왔더라도, 오늘날 일반 국민들이 글을 읽고 이해하는 능력이 ‘높은 수준’일 것이라고 응답한 비율은 14.4%로 나타남.

<그림 II-3-27> 한글이 창제되지 않았을 경우, 국민들의 글 이해 능력



## 응답자 특성

✓ 학력이 높을수록 국민들의 글에 대한 이해 수준이 지금보다 낮을 것이라고 응답한 비율이 높음.

<표 II-3-54> 한글이 창제되지 않았을 경우, 국민들의 글에 대한 이해 수준

(단위: 명, %)

| 구 분        |            | 사례수     | 매우 낮은 수준 | 낮은 수준 | 보통 수준 | 높은 수준 | 매우 높은 수준 | 잘 모름 |
|------------|------------|---------|----------|-------|-------|-------|----------|------|
| 전체         |            | (1,000) | 22.7     | 31.7  | 29.2  | 11.2  | 3.2      | 2.0  |
| 성별         | 남성         | (509)   | 24.4     | 32.2  | 26.5  | 12.6  | 2.6      | 1.8  |
|            | 여성         | (491)   | 21.0     | 31.2  | 32.0  | 9.8   | 3.9      | 2.2  |
| 연령         | 15~19세     | (70)    | 14.3     | 42.9  | 31.4  | 7.1   | 4.3      | 0.0  |
|            | 20대        | (171)   | 22.2     | 39.2  | 25.1  | 10.5  | 1.2      | 1.8  |
|            | 30대        | (186)   | 23.1     | 25.8  | 33.3  | 10.8  | 4.3      | 2.7  |
|            | 40대        | (212)   | 27.8     | 31.6  | 27.8  | 9.9   | 1.4      | 1.4  |
|            | 50대        | (212)   | 17.9     | 29.7  | 29.7  | 12.7  | 6.6      | 3.3  |
|            | 60대        | (149)   | 26.2     | 28.2  | 28.9  | 14.1  | 1.3      | 1.3  |
| 학력         | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 24.0     | 16.0  | 40.0  | 4.0   | 8.0      | 8.0  |
|            | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 23.6     | 27.8  | 30.4  | 11.4  | 3.0      | 3.8  |
|            | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 22.5     | 33.2  | 28.5  | 11.3  | 3.2      | 1.3  |
|            | 대학원 재학 이상  | (85)    | 21.2     | 37.6  | 27.1  | 11.8  | 2.4      | 0.0  |
| 가구소득       | 200만원 미만   | (155)   | 29.7     | 26.5  | 27.1  | 8.4   | 5.8      | 2.6  |
|            | 200~399만원  | (378)   | 20.6     | 33.3  | 29.1  | 11.4  | 2.4      | 3.2  |
|            | 400~599만원  | (265)   | 20.4     | 31.3  | 32.8  | 11.7  | 3.0      | 0.8  |
|            | 600만원 이상   | (202)   | 24.3     | 33.2  | 26.2  | 12.4  | 3.0      | 1.0  |
| 초중고생 자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 23.4     | 29.2  | 31.6  | 10.0  | 3.8      | 1.9  |
|            | 자녀 없음      | (791)   | 22.5     | 32.4  | 28.6  | 11.5  | 3.0      | 2.0  |

## 다. 한글이 창제되지 않았을 경우, 사회 각 분야의 발전 수준

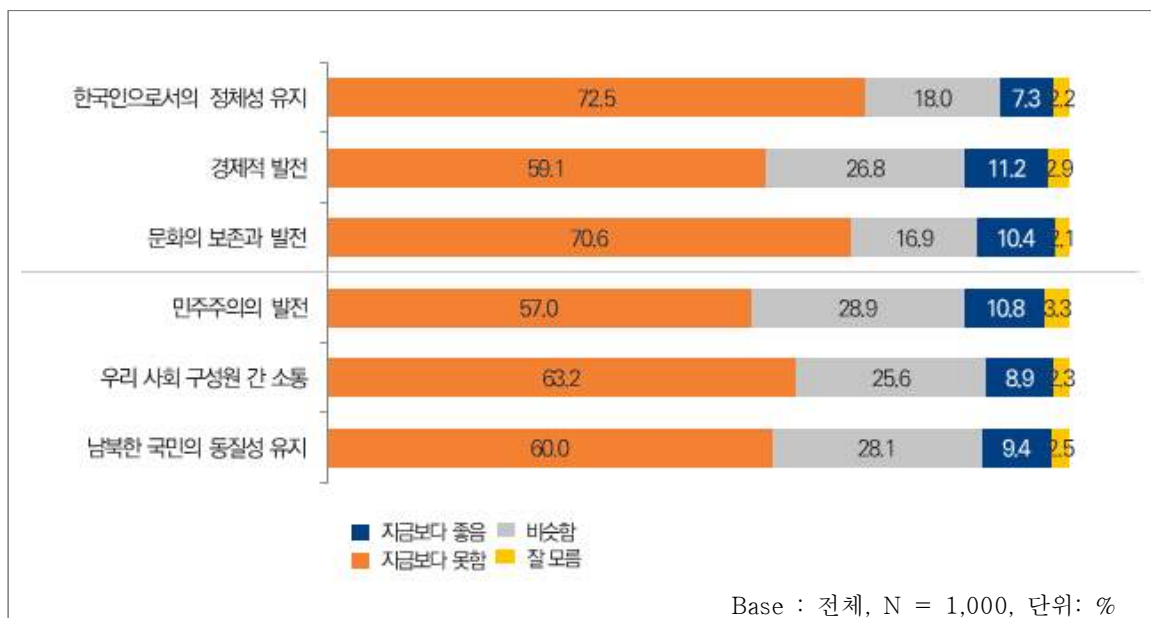
문26

만약에 한글이 창제되지 못하여 우리가 한자나 일본글자(가나) 같은 외국 문자를 쓰고 있다면, 우리 사회 각 분야의 발전은 어떠했을 것이라 생각하십니까?

### ○ 한글이 창제되지 않았을 경우, 사회 각 분야의 발전 수준

- 사회 전 분야에 걸쳐 지금보다 못할 것이라고 응답한 비율이 절반 이상임.
- ‘한국인으로서의 정체성 유지’에 대해 ‘지금보다 못하다’고 응답한 비율은 72.5%임.
- ‘경제적 발전’과 ‘문화의 보존과 발전’에 대해 ‘지금보다 못하다’고 응답한 비율은 각각 59.1%, 70.6%로 나타남.
- ‘민주주의의 발전’(57.0%)과 ‘우리 사회 구성원 간의 소통’(63.2%), ‘남북한 국민의 동질성 유지’(60.0%)에 대해서도 절반 이상이 ‘그렇지 않다’고 응답함.

<그림 II-3-28> 한글의 창제되지 않았을 경우, 사회 각 분야의 발전 수준



## 응답자 특성

- ✓ 여성(75.4%)이 남성(69.7%)보다 한국인으로서의 정체성이 “지금보다 못하다”는 응답이 많음.
- ✓ 학력이 높을수록 “지금보다 못하다”는 비율이 높음.

<표 II-3-55> 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준\_한국인으로서의 정체성 유지

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 지금보다<br>매우 못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이 없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없음/<br>잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| 전체            |            | (1,000) | 28.8          | 43.7       | 18.0         | 7.3        | 2.2           |
| 성별            | 남성         | (509)   | 29.1          | 40.7       | 21.0         | 7.1        | 2.2           |
|               | 여성         | (491)   | 28.5          | 46.8       | 14.9         | 7.5        | 2.2           |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 27.1          | 42.9       | 20.0         | 7.1        | 2.9           |
|               | 20대        | (171)   | 22.2          | 45.6       | 20.5         | 8.8        | 2.9           |
|               | 30대        | (186)   | 22.6          | 46.8       | 20.4         | 8.6        | 1.6           |
|               | 40대        | (212)   | 26.4          | 47.2       | 19.8         | 6.1        | 0.5           |
|               | 50대        | (212)   | 30.2          | 38.7       | 19.8         | 7.5        | 3.8           |
|               | 60대        | (149)   | 46.3          | 40.3       | 6.0          | 5.4        | 2.0           |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 36.0          | 12.0       | 32.0         | 12.0       | 8.0           |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 30.8          | 41.8       | 17.9         | 6.8        | 2.7           |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 27.1          | 46.1       | 17.1         | 7.7        | 2.1           |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 32.9          | 41.2       | 21.2         | 4.7        | 0.0           |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 34.8          | 32.9       | 19.4         | 9.7        | 3.2           |
|               | 200~399만원  | (378)   | 26.7          | 47.4       | 17.5         | 6.9        | 1.6           |
|               | 400~599만원  | (265)   | 22.3          | 47.9       | 19.2         | 8.3        | 2.3           |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 36.6          | 39.6       | 16.3         | 5.0        | 2.5           |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 25.8          | 44.0       | 20.6         | 8.6        | 1.0           |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 29.6          | 43.6       | 17.3         | 7.0        | 2.5           |

## 응답자 특성

- ✓ 남성(56.2%)보다 여성(62.1%)이 경제적 발전에 대해 “지금보다 못하다”는 응답이 많음.
- ✓ 장년층(40~60대)에서 상대적으로 “지금보다 못하다”는 응답이 많음.
- ✓ 학력과 소득이 높을수록 “지금과 차이가 없다”는 비율이 높음.

<표 II-3-56> 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준\_경제적 발전

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 지금보다<br>매우 못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이 없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없음/<br>잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| 전체            |            | (1,000) | 16.2          | 42.9       | 26.8         | 11.2       | 2.9           |
| 성별            | 남성         | (509)   | 15.5          | 40.7       | 30.3         | 10.8       | 2.8           |
|               | 여성         | (491)   | 16.9          | 45.2       | 23.2         | 11.6       | 3.1           |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 11.4          | 38.6       | 32.9         | 14.3       | 2.9           |
|               | 20대        | (171)   | 13.5          | 44.4       | 24.6         | 13.5       | 4.1           |
|               | 30대        | (186)   | 14.5          | 40.9       | 31.7         | 10.2       | 2.7           |
|               | 40대        | (212)   | 17.5          | 42.0       | 27.8         | 9.9        | 2.8           |
|               | 50대        | (212)   | 15.6          | 42.0       | 26.4         | 12.7       | 3.3           |
|               | 60대        | (149)   | 22.8          | 48.3       | 19.5         | 8.1        | 1.3           |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 32.0          | 8.0        | 20.0         | 24.0       | 16.0          |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 17.9          | 43.7       | 25.1         | 11.8       | 1.5           |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 15.0          | 43.7       | 27.3         | 10.8       | 3.2           |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 15.3          | 44.7       | 30.6         | 8.2        | 1.2           |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 26.5          | 34.2       | 18.1         | 16.1       | 5.2           |
|               | 200~399만원  | (378)   | 14.3          | 47.9       | 26.5         | 9.0        | 2.4           |
|               | 400~599만원  | (265)   | 12.5          | 42.6       | 29.1         | 13.6       | 2.3           |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 16.8          | 40.6       | 31.2         | 8.4        | 3.0           |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 14.8          | 39.7       | 31.1         | 11.0       | 3.3           |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 16.6          | 43.7       | 25.7         | 11.3       | 2.8           |



## 응답자 특성

✓ 여성(74.3%)이 남성(67.0%)보다 문화의 보존과 발전에 대해 “지금보다 못하다”는 응답이 많음.

<표 II-3-57> 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준\_문화의 보존·발전

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 지금보다<br>매우 못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이 없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없음/<br>잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| 전체            |            | (1,000) | 36.0          | 34.6       | 16.9         | 10.4       | 2.1           |
| 성별            | 남성         | (509)   | 34.6          | 32.4       | 19.4         | 11.6       | 2.0           |
|               | 여성         | (491)   | 37.5          | 36.9       | 14.3         | 9.2        | 2.2           |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 31.4          | 37.1       | 18.6         | 10.0       | 2.9           |
|               | 20대        | (171)   | 33.3          | 29.2       | 19.9         | 14.0       | 3.5           |
|               | 30대        | (186)   | 31.7          | 36.0       | 17.2         | 13.4       | 1.6           |
|               | 40대        | (212)   | 36.8          | 39.2       | 16.5         | 7.5        | 0.0           |
|               | 50대        | (212)   | 34.0          | 33.0       | 19.3         | 9.9        | 3.8           |
|               | 60대        | (149)   | 48.3          | 33.6       | 9.4          | 7.4        | 1.3           |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 40.0          | 12.0       | 16.0         | 24.0       | 8.0           |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 36.9          | 35.7       | 15.6         | 9.1        | 2.7           |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 34.3          | 35.9       | 17.1         | 11.2       | 1.6           |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 44.7          | 28.2       | 20.0         | 4.7        | 2.4           |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 43.9          | 24.5       | 13.5         | 13.5       | 4.5           |
|               | 200~399만원  | (378)   | 33.1          | 36.5       | 18.3         | 10.6       | 1.6           |
|               | 400~599만원  | (265)   | 32.1          | 35.5       | 21.9         | 9.1        | 1.5           |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 40.6          | 37.6       | 10.4         | 9.4        | 2.0           |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 33.5          | 36.8       | 17.7         | 11.5       | 0.5           |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 36.7          | 34.0       | 16.7         | 10.1       | 2.5           |

## 응답자 특성

✓ 여성(61.5%)이 남성(52.7%)보다 민주주의 발전에 대해 “지금보다 못하다”는 비율이 높음.

<표 II-3-58> 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준\_민주주의의 발전

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 지금보다<br>매우 못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이 없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없음/<br>잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| 전체            |            | (1,000) | 19.1          | 37.9       | 28.9         | 10.8       | 3.3           |
| 성별            | 남성         | (509)   | 16.7          | 36.0       | 31.6         | 12.2       | 3.5           |
|               | 여성         | (491)   | 21.6          | 39.9       | 26.1         | 9.4        | 3.1           |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 15.7          | 34.3       | 34.3         | 12.9       | 2.9           |
|               | 20대        | (171)   | 20.5          | 35.7       | 26.3         | 10.5       | 7.0           |
|               | 30대        | (186)   | 17.2          | 35.5       | 31.7         | 13.4       | 2.2           |
|               | 40대        | (212)   | 20.3          | 37.7       | 31.1         | 9.4        | 1.4           |
|               | 50대        | (212)   | 15.6          | 41.0       | 26.9         | 11.8       | 4.7           |
|               | 60대        | (149)   | 24.8          | 40.9       | 25.5         | 7.4        | 1.3           |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 24.0          | 32.0       | 8.0          | 24.0       | 12.0          |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 21.7          | 38.4       | 27.8         | 8.7        | 3.4           |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 17.5          | 38.3       | 29.7         | 11.3       | 3.2           |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 21.2          | 35.3       | 32.9         | 9.4        | 1.2           |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 23.9          | 34.8       | 25.8         | 11.6       | 3.9           |
|               | 200~399만원  | (378)   | 19.3          | 40.2       | 26.7         | 10.1       | 3.7           |
|               | 400~599만원  | (265)   | 16.2          | 37.7       | 30.2         | 12.8       | 3.0           |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 18.8          | 36.1       | 33.7         | 8.9        | 2.5           |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 13.9          | 39.7       | 33.0         | 11.0       | 2.4           |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 20.5          | 37.4       | 27.8         | 10.7       | 3.5           |

## 응답자 특성

- ✓ 남성(60.9%)보다 여성(65.6%)에서 우리 사회 구성원 간의 소통에 대해 “지금보다 못하다”는 비율이 높음.

<표 II-3-59> 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준\_우리 사회 구성원 간의 소통

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 지금보다<br>매우 못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이 없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없음/<br>잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| 전체            |            | (1,000) | 22.6          | 40.6       | 25.6         | 8.9        | 2.3           |
| 성별            | 남성         | (509)   | 22.6          | 38.3       | 27.7         | 9.4        | 2.0           |
|               | 여성         | (491)   | 22.6          | 43.0       | 23.4         | 8.4        | 2.6           |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 20.0          | 42.9       | 21.4         | 12.9       | 2.9           |
|               | 20대        | (171)   | 19.3          | 37.4       | 33.9         | 6.4        | 2.9           |
|               | 30대        | (186)   | 18.8          | 40.3       | 29.6         | 9.7        | 1.6           |
|               | 40대        | (212)   | 23.1          | 43.4       | 21.2         | 10.4       | 1.9           |
|               | 50대        | (212)   | 22.2          | 40.1       | 24.1         | 10.8       | 2.8           |
|               | 60대        | (149)   | 32.2          | 40.3       | 21.5         | 4.0        | 2.0           |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 20.0          | 20.0       | 16.0         | 28.0       | 16.0          |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 27.8          | 37.6       | 24.0         | 8.4        | 2.3           |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 19.5          | 42.6       | 27.0         | 8.9        | 2.1           |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 30.6          | 41.2       | 23.5         | 4.7        | 0.0           |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 28.4          | 32.3       | 25.8         | 9.0        | 4.5           |
|               | 200~399만원  | (378)   | 21.7          | 43.1       | 27.0         | 6.6        | 1.6           |
|               | 400~599만원  | (265)   | 18.9          | 41.1       | 26.0         | 12.5       | 1.5           |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 24.8          | 41.6       | 22.3         | 8.4        | 3.0           |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 18.2          | 42.1       | 25.8         | 11.0       | 2.9           |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 23.8          | 40.2       | 25.5         | 8.3        | 2.1           |

## 응답자 특성

- ✓ 여성(62.1%)이 남성(58.0%)보다 남북한 국민의 동질성 유지에 대해 “지금보다 못하다”는 비율이 높음.

<표 II-3-60> 한글이 창제되지 않았을 경우 사회의 발전 수준\_남북한 국민의 동질성 유지

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 지금보다<br>매우 못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이 없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없음/<br>잘 모름 |
|---------------|------------|---------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|
| 전체            |            | (1,000) | 24.2          | 35.8       | 28.1         | 9.4        | 2.5           |
| 성별            | 남성         | (509)   | 24.8          | 33.2       | 30.1         | 9.6        | 2.4           |
|               | 여성         | (491)   | 23.6          | 38.5       | 26.1         | 9.2        | 2.6           |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 24.3          | 35.7       | 27.1         | 8.6        | 4.3           |
|               | 20대        | (171)   | 20.5          | 29.8       | 35.7         | 9.9        | 4.1           |
|               | 30대        | (186)   | 23.7          | 37.1       | 26.3         | 9.7        | 3.2           |
|               | 40대        | (212)   | 25.0          | 37.7       | 26.9         | 9.9        | 0.5           |
|               | 50대        | (212)   | 23.1          | 35.8       | 28.3         | 9.9        | 2.8           |
|               | 60대        | (149)   | 29.5          | 38.3       | 23.5         | 7.4        | 1.3           |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 24.0          | 20.0       | 24.0         | 24.0       | 8.0           |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 27.0          | 36.5       | 24.7         | 9.1        | 2.7           |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 23.3          | 36.4       | 29.0         | 8.9        | 2.4           |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 22.4          | 34.1       | 32.9         | 9.4        | 1.2           |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 32.3          | 26.5       | 25.2         | 11.0       | 5.2           |
|               | 200~399만원  | (378)   | 19.8          | 41.5       | 29.1         | 7.4        | 2.1           |
|               | 400~599만원  | (265)   | 23.8          | 33.2       | 29.4         | 12.1       | 1.5           |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 26.7          | 35.6       | 26.7         | 8.4        | 2.5           |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 22.5          | 34.4       | 27.8         | 13.4       | 1.9           |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 24.7          | 36.2       | 28.2         | 8.3        | 2.7           |

## 6. 국립한글박물관

### 가. 국립한글박물관의 인지도

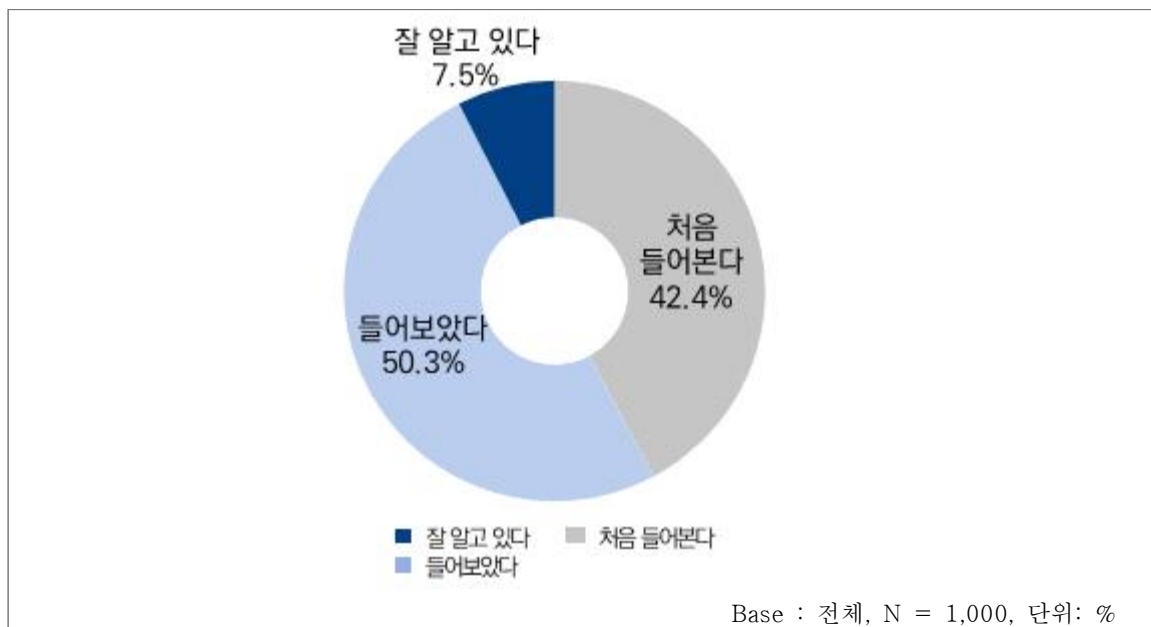
문27

귀하는 이 조사에 응하기 전에 **국립한글박물관**이라는 박물관에 대해서 들어보거나 알고 계셨습니까?

#### ○ 국립한글박물관의 인지도

- 국립한글박물관에 대해 ‘들어보거나 잘 알고 있다’고 응답한 비율은 57.8%임.
- 국립한글박물관에 대해 ‘잘 알고 있다’고 응답한 비율은 7.5%이며, ‘처음 들어본다’는 응답은 42.4%로 나타남.

<그림 II-3-29> 국립한글박물관 인지도



## 응답자 특성

✓ 여성(59.6%), 40대(65.1%)에서 국립한글박물관에 대한 인지도가 높음.

<표 II-3-61> 국립한글박물관 인지도

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 처음 들어본다 | 들어보았다 | 잘 알고 있다 |
|---------------|------------|---------|---------|-------|---------|
| 전체            |            | (1,000) | 42.2    | 50.3  | 7.5     |
| 성별            | 남성         | (509)   | 44.0    | 48.5  | 7.5     |
|               | 여성         | (491)   | 40.3    | 52.1  | 7.5     |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 44.3    | 50.0  | 5.7     |
|               | 20대        | (171)   | 44.4    | 48.5  | 7.0     |
|               | 30대        | (186)   | 47.8    | 43.0  | 9.1     |
|               | 40대        | (212)   | 34.9    | 58.5  | 6.6     |
|               | 50대        | (212)   | 42.0    | 49.1  | 9.0     |
|               | 60대        | (149)   | 42.3    | 51.7  | 6.0     |
| 지역            | 서울         | (197)   | 35.5    | 52.8  | 11.7    |
|               | 인천/경기      | (311)   | 45.3    | 45.3  | 9.3     |
|               | 충청권        | (100)   | 45.0    | 50.0  | 5.0     |
|               | 전라권        | (97)    | 41.2    | 53.6  | 5.2     |
|               | 경상권        | (254)   | 44.5    | 52.0  | 3.5     |
|               | 강원/제주      | (41)    | 31.7    | 58.5  | 9.8     |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 40.0    | 60.0  | 0.0     |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 41.1    | 52.1  | 6.8     |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 43.1    | 49.6  | 7.3     |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 40.0    | 47.1  | 12.9    |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 43.2    | 49.7  | 7.1     |
|               | 200~399만원  | (378)   | 45.0    | 48.7  | 6.3     |
|               | 400~599만원  | (265)   | 41.1    | 54.0  | 4.9     |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 37.6    | 49.0  | 13.4    |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 33.0    | 58.4  | 8.6     |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 44.6    | 48.2  | 7.2     |

## 나. 국립한글박물관의 방문경험

문28

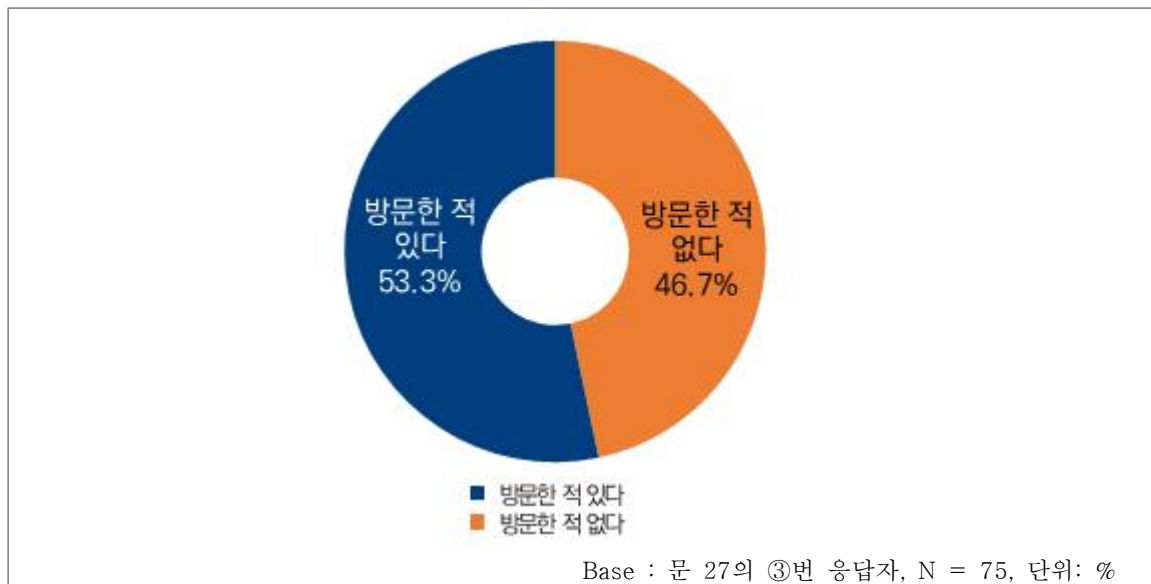
(문27의 ③번 응답자만)

귀하는 국립한글박물관에 방문해본 적이 있습니까?

### ○ 국립한글박물관 방문경험

- 국립한글박물관을 ‘잘 알고 있다’고 응답한 75명 중 53.3%가 방문한 적이 있다고 응답함.
- 국립한글박물관을 방문한 적이 있는 응답자는 전체 응답자의 4%임.

<그림 II-3-30> 국립한글박물관 방문경험



## 응답자 특성

- ✓ 국립한글박물관의 방문경험은 여성(62.2%), 40대(64.3%), 서울(69.6%), 전업주부(87.5%), 초중고생 자녀가 있는 응답자(83.3%)의 비율이 높음.

<표 II-3-62> 국립한글박물관 방문 경험

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수  | 방문한 적 있다 | 방문한 적 없다 |
|---------------|------------|------|----------|----------|
| 전체            |            | (75) | 53.3     | 46.7     |
| 성별            | 남성         | (38) | 44.7     | 55.3     |
|               | 여성         | (37) | 62.2     | 37.8     |
| 연령            | 15~19세     | (4)  | 50.0     | 50.0     |
|               | 20대        | (12) | 50.0     | 50.0     |
|               | 30대        | (17) | 52.9     | 47.1     |
|               | 40대        | (14) | 64.3     | 35.7     |
|               | 50대        | (19) | 42.1     | 57.9     |
|               | 60대        | (9)  | 66.7     | 33.3     |
| 지역            | 서울         | (23) | 69.6     | 30.4     |
|               | 인천/경기      | (29) | 55.2     | 44.8     |
|               | 충청권        | (5)  | 20.0     | 80.0     |
|               | 전라권        | (5)  | 40.0     | 60.0     |
|               | 경상권        | (9)  | 22.2     | 77.8     |
|               | 강원/제주      | (4)  | 75.0     | 25.0     |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (18) | 33.3     | 66.7     |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (46) | 60.9     | 39.1     |
|               | 대학교 졸업/재학  | (11) | 54.5     | 45.5     |
|               | 대학원 재학 이상  | (2)  | 100.0    | 0.0      |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (2)  | 100.0    | 0.0      |
|               | 자영업        | (7)  | 57.1     | 42.9     |
|               | 판매/서비스직    | (5)  | 40.0     | 60.0     |
|               | 기술/일반직업직   | (8)  | 50.0     | 50.0     |
|               | 사무직        | (23) | 56.5     | 43.5     |
|               | 경영관리/전문직   | (12) | 41.7     | 58.3     |
|               | 전업주부       | (8)  | 87.5     | 12.5     |
|               | 학생         | (5)  | 60.0     | 40.0     |
|               | 기타         | (5)  | 0.0      | 100.0    |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (11) | 45.5     | 54.5     |
|               | 200~399만원  | (24) | 41.7     | 58.3     |
|               | 400~599만원  | (13) | 61.5     | 38.5     |
|               | 600만원 이상   | (27) | 63.0     | 37.0     |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (18) | 83.3     | 16.7     |
|               | 자녀 없음      | (57) | 43.9     | 56.1     |



## 다. 권유/관람 희망 전시 프로그램

문29

만약 귀하가 가족 등 가까운 주변 분들에게 **국립한글박물관 전시 관람을 권유**한다면 귀하는 다음 보기 가운데 어떤 전시를 권유하시겠습니까?  
 권유하고 싶은 전시에 **모두** 표기하여 주십시오. 관람비용은 무료입니다.  
 이미 관람하신 전시가 있을 경우 관람 의향이 있다면 표기하여 주십시오.

### ○ 권유/관람 희망 전시 프로그램

- 17개의 전시 중 가장 많이 권유하는 전시는 ‘훈민정음과 한글디자인’(56.6%)임.
- ‘한글이 걸어온 길’(53.7%), ‘소리X글자: 한글디자인’(39.1%) 순으로 나타남.

<그림 II-3-31> 권유/관람 희망 전시 프로그램



## 응답자 특성

- ✓ 남성은 “한글이 걸어온 길”(57.6%), “한중일 서체”(22.6%)에 대한 관심이 상대적으로 많고, 여성은 “옛날 옛날 아주 먼 옛날에:한글 전래 동화 100년”(30.5%)에 대한 관심이 많았음(23.8%).
- ✓ 초중고생 자녀가 있는 응답자는 “한글이 걸어온 길”(56.5%), “옛날 옛날 아주 먼 옛날에:한글 전래 동화 100년”(32.5%)에 대해 상대적으로 관심이 높음.

<표 II-3-63> 권유/관람 희망 전시 프로그램

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 한글이<br>걸어온 길 | 소리X글자:<br>한글디자인 | 겨울문학여<br>행 | 한중일<br>서체 | 옛날 옛날<br>아주 먼<br>옛날에:한<br>글 전래<br>동화<br>100년 | 순간의<br>풍경들, 「청<br>구영언」한<br>글 노랫말<br>이야기 |
|---------------|------------|---------|--------------|-----------------|------------|-----------|--|---|
| 전체            |            | (1,000) | 53.7         | 39.1            | 19.8       | 19.2      | 27.1   | 19.4                                    |
| 성별            | 남성         | (509)   | 57.6         | 38.1            | 19.1       | 22.6      | 23.8   | 18.3                                    |
|               | 여성         | (491)   | 49.7         | 40.1            | 20.6       | 15.7      | 30.5   | 20.6                                    |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 48.6         | 42.9            | 18.6       | 8.6       | 24.3   | 15.7                                    |
|               | 20대        | (171)   | 50.9         | 40.4            | 15.2       | 18.1      | 25.7   | 12.9                                    |
|               | 30대        | (186)   | 52.2         | 41.9            | 20.4       | 14.5      | 31.2   | 17.7                                    |
|               | 40대        | (212)   | 51.4         | 36.8            | 16.5       | 18.9      | 29.7   | 18.9                                    |
|               | 50대        | (212)   | 55.2         | 33.5            | 24.1       | 22.2      | 24.1   | 19.3                                    |
|               | 60대        | (149)   | 62.4         | 43.6            | 23.5       | 27.5      | 25.5   | 31.5                                    |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 44.0         | 28.0            | 16.0       | 16.0      | 28.0   | 28.0                                    |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 54.0         | 38.0            | 22.1       | 18.6      | 26.6   | 19.4                                    |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 54.5         | 40.0            | 19.0       | 19.3      | 28.4   | 18.0                                    |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 49.4         | 38.8            | 20.0       | 21.2      | 18.8   | 27.1                                    |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 68.4         | 26.3            | 10.5       | 21.1      | 42.1   | 21.1                                    |
|               | 자영업        | (91)    | 56.0         | 42.9            | 17.6       | 18.7      | 20.9   | 15.4                                    |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 63.2         | 31.6            | 24.6       | 22.8      | 35.1   | 17.5                                    |
|               | 기술/일반직업직   | (121)   | 53.7         | 34.7            | 17.4       | 20.7      | 26.4   | 16.5                                    |
|               | 사무직        | (248)   | 50.0         | 37.9            | 20.2       | 16.9      | 27.0   | 17.3                                    |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 56.9         | 43.1            | 19.0       | 31.0      | 25.9   | 25.0                                    |
|               | 전업주부       | (152)   | 50.0         | 39.5            | 24.3       | 14.5      | 32.2   | 25.0                                    |
|               | 학생         | (125)   | 50.4         | 43.2            | 16.8       | 9.6       | 24.0   | 16.8                                    |
|               | 기타         | (71)    | 60.6         | 40.8            | 21.1       | 29.6      | 22.5   | 21.1                                    |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 57.4         | 40.0            | 15.5       | 16.1      | 25.2   | 20.6                                    |
|               | 200~399만원  | (378)   | 51.3         | 38.1            | 21.7       | 19.0      | 25.4   | 19.0                                    |
|               | 400~599만원  | (265)   | 51.3         | 37.4            | 21.5       | 19.2      | 30.9   | 18.1                                    |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 58.4         | 42.6            | 17.3       | 21.8      | 26.7   | 20.8                                    |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 56.5         | 34.4            | 22.0       | 19.1      | 32.5   | 22.0                                    |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 53.0         | 40.3            | 19.2       | 19.2      | 25.7   | 18.7                                    |

## 응답자 특성

- ✓ 여성은 “꿀꿀꿀 한글 디자인”(36.5%)에 대한 관심이 많음.
- ✓ 20~30대는 “광고 언어의 힘”에 대한 관심이 많음. 10대는 “꿀꿀꿀 한글”(40.0%)에 대한 관심이 높음.
- ✓ 초중고생 자녀가 있는 응답자들은 “꿀꿀꿀 한글 디자인”(37.8%) 프로그램의 추천 의향이 높음.

&lt;표 II-3-64&gt; 권유/관람 희망 전시 프로그램(계속)

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 훈민정음과<br>한글디자인 | 원도, 두<br>글씨장이<br>이야기 | 광고<br>언어의 힘 | 1837년<br>가을 어느<br>흔레날:<br>덕온공주<br>한글 자료 | 꿀꿀꿀<br>한글<br>디자인 | 슬기롭게<br>사이좋게-<br>초등교과서<br>속 한글<br>이야기 |
|---------------|------------|---------|----------------|----------------------|-------------|---|------------------|---------------------------------------|
| 전체            |            | (1,000) | 56.6           | 10.7                 | 27.4        | 16.3                                    | 33.1             | 15.0                                  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 57.2           | 12.0                 | 25.9        | 15.5                                    | 29.9             | 15.7                                  |
|               | 여성         | (491)   | 56.0           | 9.4                  | 28.9        | 17.1                                    | 36.5             | 14.3                                  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 51.4           | 10.0                 | 28.6        | 12.9                                    | 40.0             | 10.0                                  |
|               | 20대        | (171)   | 50.3           | 11.7                 | 33.9        | 15.2                                    | 29.2             | 10.5                                  |
|               | 30대        | (186)   | 49.5           | 7.0                  | 30.1        | 13.4                                    | 30.6             | 16.7                                  |
|               | 40대        | (212)   | 59.0           | 9.9                  | 25.9        | 17.0                                    | 33.5             | 17.0                                  |
|               | 50대        | (212)   | 58.5           | 12.3                 | 23.6        | 17.9                                    | 32.5             | 13.7                                  |
|               | 60대        | (149)   | 69.1           | 13.4                 | 23.5        | 19.5                                    | 37.6             | 19.5                                  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 52.0           | 20.0                 | 24.0        | 12.0                                    | 20.0             | 16.0                                  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 59.3           | 11.0                 | 24.0        | 16.7                                    | 33.1             | 16.0                                  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 56.3           | 10.4                 | 29.2        | 16.4                                    | 33.7             | 14.5                                  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 51.8           | 9.4                  | 25.9        | 15.3                                    | 32.9             | 15.3                                  |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 68.4           | 15.8                 | 21.1        | 10.5                                    | 26.3             | 26.3                                  |
|               | 자영업        | (91)    | 61.5           | 9.9                  | 20.9        | 13.2                                    | 30.8             | 14.3                                  |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 64.9           | 17.5                 | 33.3        | 21.1                                    | 36.8             | 15.8                                  |
|               | 기술/일반직업직   | (121)   | 52.1           | 7.4                  | 16.5        | 15.7                                    | 23.1             | 13.2                                  |
|               | 사무직        | (248)   | 54.4           | 8.1                  | 29.8        | 18.1                                    | 30.6             | 16.1                                  |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 55.2           | 14.7                 | 27.6        | 13.8                                    | 37.9             | 13.8                                  |
|               | 전업주부       | (152)   | 65.1           | 10.5                 | 29.6        | 15.1                                    | 34.2             | 18.4                                  |
|               | 학생         | (125)   | 46.4           | 12.8                 | 32.8        | 14.4                                    | 39.2             | 10.4                                  |
|               | 기타         | (71)    | 57.7           | 9.9                  | 28.2        | 22.5                                    | 39.4             | 14.1                                  |
| 가구소득          | 200만원 미만   | (155)   | 60.6           | 9.0                  | 22.6        | 12.3                                    | 36.1             | 10.3                                  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 52.4           | 11.1                 | 29.1        | 16.1                                    | 32.0             | 16.7                                  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 55.1           | 9.8                  | 29.1        | 15.8                                    | 30.6             | 15.5                                  |
|               | 600만원 이상   | (202)   | 63.4           | 12.4                 | 25.7        | 20.3                                    | 36.1             | 14.9                                  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 자녀 있음      | (209)   | 58.4           | 12.4                 | 30.1        | 21.1                                    | 37.8             | 22.5                                  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 56.1           | 10.2                 | 26.7        | 15.0                                    | 31.9             | 13.0                                  |

## 응답자 특성

- ✓ 학생과 초중고생 자녀가 있는 응답자는 “한글 편지, 시대를 읽다”와 “쓰고 고쳐쓰고 다시 쓰다 -소설 속 한글” 프로그램에 대한 추천 의향이 상대적으로 높음.

<표 II-3-65> 권유/관람 희망 전시 프로그램(계속)

(단위: 명, %)

| 구 분           |            | 사례수     | 쓰고<br>고쳐쓰고<br>다시 쓰다<br>- 소설 속<br>한글 | 디지털<br>세상의 새<br>이름: 코드명<br>D55CAE00 | 사전의<br>재발견 | 한글 편지,<br>시대를 읽다 | 나는<br>몸이로소이다<br>:개화기 한글<br>해부학<br>이야기 |
|---------------|------------|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------|------------------|---------------------------------------|
| 전체            |            | (1,000) | 20.6                                | 16.0                                | 17.3       | 30.4             | 16.3                                  |
| 성별            | 남성         | (509)   | 17.9                                | 17.5                                | 15.9       | 28.5             | 15.5                                  |
|               | 여성         | (491)   | 23.4                                | 14.5                                | 18.7       | 32.4             | 17.1                                  |
| 연령            | 15~19세     | (70)    | 21.4                                | 17.1                                | 10.0       | 28.6             | 10.0                                  |
|               | 20대        | (171)   | 24.0                                | 17.0                                | 13.5       | 27.5             | 16.4                                  |
|               | 30대        | (186)   | 20.4                                | 15.1                                | 12.9       | 28.0             | 10.2                                  |
|               | 40대        | (212)   | 17.0                                | 18.4                                | 22.2       | 27.8             | 16.5                                  |
|               | 50대        | (212)   | 20.3                                | 10.4                                | 19.3       | 34.9             | 19.8                                  |
|               | 60대        | (149)   | 22.1                                | 20.1                                | 20.8       | 34.9             | 21.5                                  |
| 학력            | 중학교 졸업 이하  | (25)    | 24.0                                | 20.0                                | 24.0       | 16.0             | 16.0                                  |
|               | 고등학교 졸업/재학 | (263)   | 21.7                                | 15.6                                | 19.0       | 31.2             | 16.3                                  |
|               | 대학교 졸업/재학  | (627)   | 19.9                                | 15.2                                | 16.3       | 30.6             | 16.1                                  |
|               | 대학원 재학 이상  | (85)    | 21.2                                | 22.4                                | 17.6       | 30.6             | 17.6                                  |
| 직업            | 농업/수산업/축산업 | (19)    | 15.8                                | 10.5                                | 21.1       | 31.6             | 10.5                                  |
|               | 자영업        | (91)    | 18.7                                | 7.7                                 | 9.9        | 22.0             | 13.2                                  |
|               | 판매/서비스직    | (57)    | 24.6                                | 19.3                                | 19.3       | 29.8             | 10.5                                  |
|               | 기술/일반직업직   | (121)   | 14.9                                | 14.0                                | 14.0       | 21.5             | 11.6                                  |
|               | 사무직        | (248)   | 19.4                                | 17.3                                | 16.1       | 32.3             | 17.3                                  |
|               | 경영관리/전문직   | (116)   | 25.0                                | 18.1                                | 25.9       | 33.6             | 20.7                                  |
|               | 전업주부       | (152)   | 19.7                                | 17.1                                | 23.0       | 34.2             | 20.4                                  |
|               | 학생         | (125)   | 24.8                                | 19.2                                | 9.6        | 31.2             | 8.0                                   |
| 가구소득          | 기타         | (71)    | 22.5                                | 12.7                                | 21.1       | 35.2             | 29.6                                  |
|               | 200만원 미만   | (155)   | 18.7                                | 12.3                                | 16.8       | 28.4             | 12.9                                  |
|               | 200~399만원  | (378)   | 17.5                                | 17.7                                | 16.7       | 32.3             | 15.6                                  |
|               | 400~599만원  | (265)   | 21.5                                | 13.6                                | 14.0       | 26.8             | 15.5                                  |
| 초중고생<br>자녀 유무 | 600만원 이상   | (202)   | 26.7                                | 18.8                                | 23.3       | 33.2             | 21.3                                  |
|               | 자녀 있음      | (209)   | 23.0                                | 19.1                                | 20.1       | 32.1             | 20.1                                  |
|               | 자녀 없음      | (791)   | 20.0                                | 15.2                                | 16.6       | 30.0             | 15.3                                  |

### Ⅲ. 전문가 조사



제1장. 조사 개요

제2장. 조사 결과

제3장. 전문가 면담 요약본



## 제1장. 조사 개요

### 1. 전문가 면접 조사의 목적

- 한글문화의 범위와 대표적인 구성 요소에 대한 전문가들의 견해를 알아봄으로써, 한글 문화를 정의할 때 유의미하게 고려할 기준을 도출함.
- 한글문화는 어떻게 창조되고 있으며, 한글문화의 창조, 향유(소비)와 관련해 각 전문가 들은 어떤 점에 주목하고 있는지 알아봄.
- 국립한글박물관의 사회적 역할을 무엇이라고 생각하는지, 그와 관련해 한글박물관에 대해 어떤 기대를 갖고 있는지 알아봄.

### 2. 전문가 면접 진행 절차

- 인터뷰 방법: 사전에 인터뷰 질문지를 이메일로 전달한 뒤, 개별 인터뷰를 진행함.
  - 일부 응답자의 경우, 사전 질문지를 보지 못한 상태에서 진행됨.
- 인터뷰 기간: 2018년 10월 11일 (목) ~ 2018년 11월 21일 (수)
- 인터뷰 소요 시간: 각 45분 ~ 1시간 30분

### 3. 결과 분석 시 유의점

- 보고서에서는 전문가들의 의견을 요약하고, 전문가에 따라 의견의 차이를 보이는 부분을 드러내 가능한 한 그 이유를 밝히는 데 주안점을 둠.
- 전문 분야에 따른 구분이 유의미할 것이라 예상되는 질문에 대해서는 분야별로 정리하였으나, 분야별 답변 일치성이 높다고 보기는 어려움.

## 4. 전문가 조사 대상자

<표 III-1-1> 전문가 조사 대상자 명단

| 분 야               | 응답자 소속                  |
|-------------------|-------------------------|
| 국어 및 언어학계<br>(8명) | ○○○ (서울대학교 국어문학과)       |
|                   | ○○○ (성균관대학교 국어국문학과)     |
|                   | ○○○ (한국교원대학교 국어교육과)     |
|                   | ○○○ (계명대학교 교양교육대학)      |
|                   | ○○○ (대진대학교)             |
|                   | ○○○ (서울시립대학교 국어국문학과)    |
|                   | ○○○ (단국대학교 외국어대학 영어과)   |
|                   | ○○○ (방송통신대학교 불어불문학과)    |
| 문화예술계<br>(3명)     | ○○○ (한국문화관광연구원 예술정책연구실) |
|                   | ○○○ (순천향대학교 글로벌문화산업학과)  |
|                   | ○○○○ (대중음악 평론가)         |
| 언론출판계<br>(4명)     | ○○○ (출판인, 철학자)          |
|                   | ○○○ (한국출판마케팅연구소)        |
|                   | ○○○ (서울신문사 편집국)         |
|                   | ○○○ (출판평론가)             |



## 5. 조사 내용

### 가. 사전조사

- 전문가 심층면접 조사에 앞서 사전조사를 실시함.

<표 III-1-2> 전문가 사전조사 내용

| 구 분          | 조사 내용                      |
|--------------|----------------------------|
| 한글문화의 정의와 범위 | 한글문화에 대한 정의                |
|              | 한글문화의 구성요소                 |
| 한글박물관의 역할    | 한글 및 한글문화에 적합한 전시/교육/연구 주제 |

### 나. 전문가 심층면접 조사

- 아래의 내용에 대해 45분~1시간 30분 정도의 1:1 심층 면접을 진행함.

<표 III-1-3> 전문가 인터뷰 내용

| 구 분           | 조사 내용                                     |
|---------------|---|
| 한글문화의 정의      | 한글문화의 구성 요소                               |
|               | 한글문화에 범위에 들어가지 않는 것                       |
|               | 한글문화의 구성 요소 중 현재 중요한 것                    |
|               | 앞으로 더 중요해질 한글문화의 구성 요소                    |
|               | 미래에 추가될 수 있는 한글문화의 구성 요소                  |
| 한글문화의 향유 방안   | 오늘날 한글문화의 창조 주체                           |
|               | 한글문화의 창조, 향유하는 방식에 대한 생각                  |
|               | 한글문화의 매력(외국인의 관점에서)                       |
| 한글박물관의 기능과 역할 | 국립한글박물관의 사회적 기능과 역할                       |
|               | 국립한글박물관의(문자뿐만 아니라 언어까지 포함하는) 역할 확대에 대한 의견 |
|               | 프로그램의 교육 대상(어린이/청소년/성인)별 운영 목표            |

## 6. 응답자 특성

- 전문가 조사의 응답자 특성은 아래와 같음.

<표 III-1-4> 전문가 응답자 특성

|    |           | 사례수(명) |
|----|-----------|--------|
| 전체 |           | 15     |
| 성  | 남성        | 12     |
|    | 여성        | 3      |
| 분야 | 국어 및 언어학계 | 8      |
|    | 문화예술      | 3      |
|    | 언론출판      | 4      |
| 연령 | 40대       | 6      |
|    | 50대       | 7      |
|    | 60대       | 1      |
|    | 70대       | 1      |

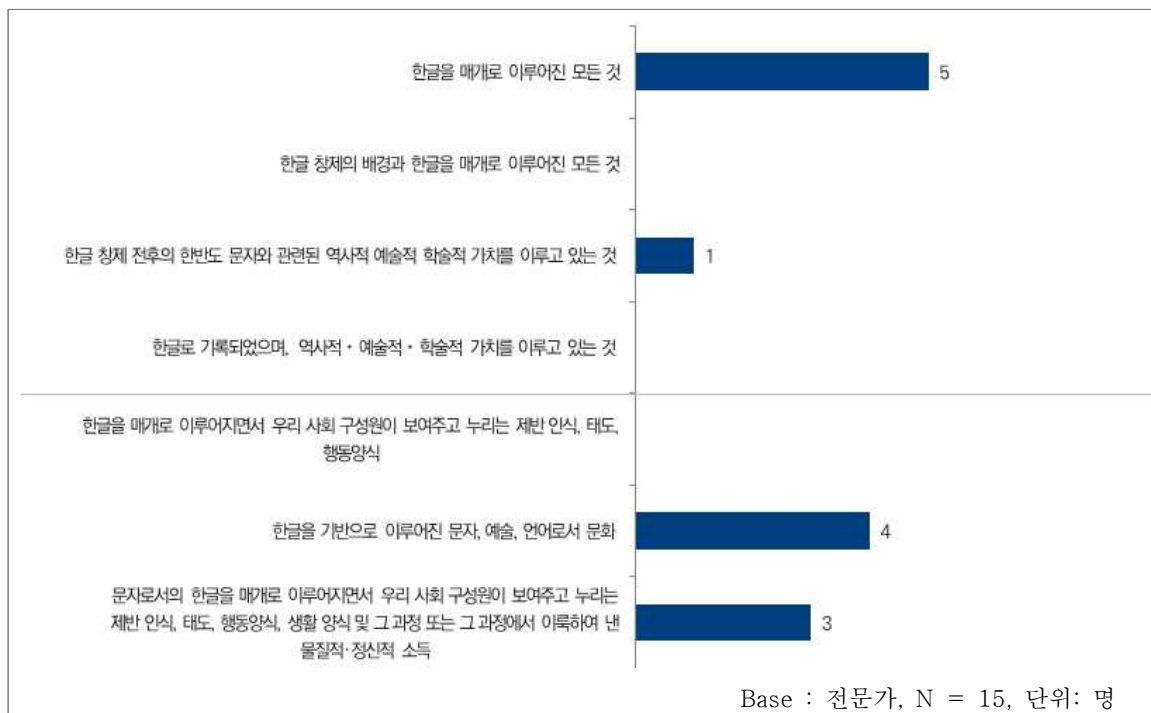
## 제2장. 조사 결과

### 1. 사전조사

#### 가. 한글문화의 정의

- 한글의 독자성에서 비롯되는 ‘한글문화’가 존재한다고 본다면, ‘한글문화’의 정의로 적절하다고 생각하는 것에 대해 7개의 보기를 주어 질문함.
- 전문가 13명(무응답 제외) 중 5명이 한글문화의 정의로 ‘한글을 매개로 이루어진 모든 것’이라고 응답함.
- 그 다음은 ‘한글을 기반으로 이루어진 문자, 예술, 언어로서 문화’로 4명이 응답함.
- ‘문자로서의 한글을 매개로 이루어지면서 우리 사회 구성원이 보여주고 누리는 제반 인식, 태도, 행동양식, 생활양식 및 그 과정 또는 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적·정신적 소득’이라는 정의는 3명이 응답함.

<그림 III-2-1> 한글에 대한 관심



○ 한글문화의 정의\_개방형 질문

- ‘한글문화’에 대한 7개의 보기와 별개로 ‘한글문화’에 대한 전문가의 정의를 개방형으로 질문함.

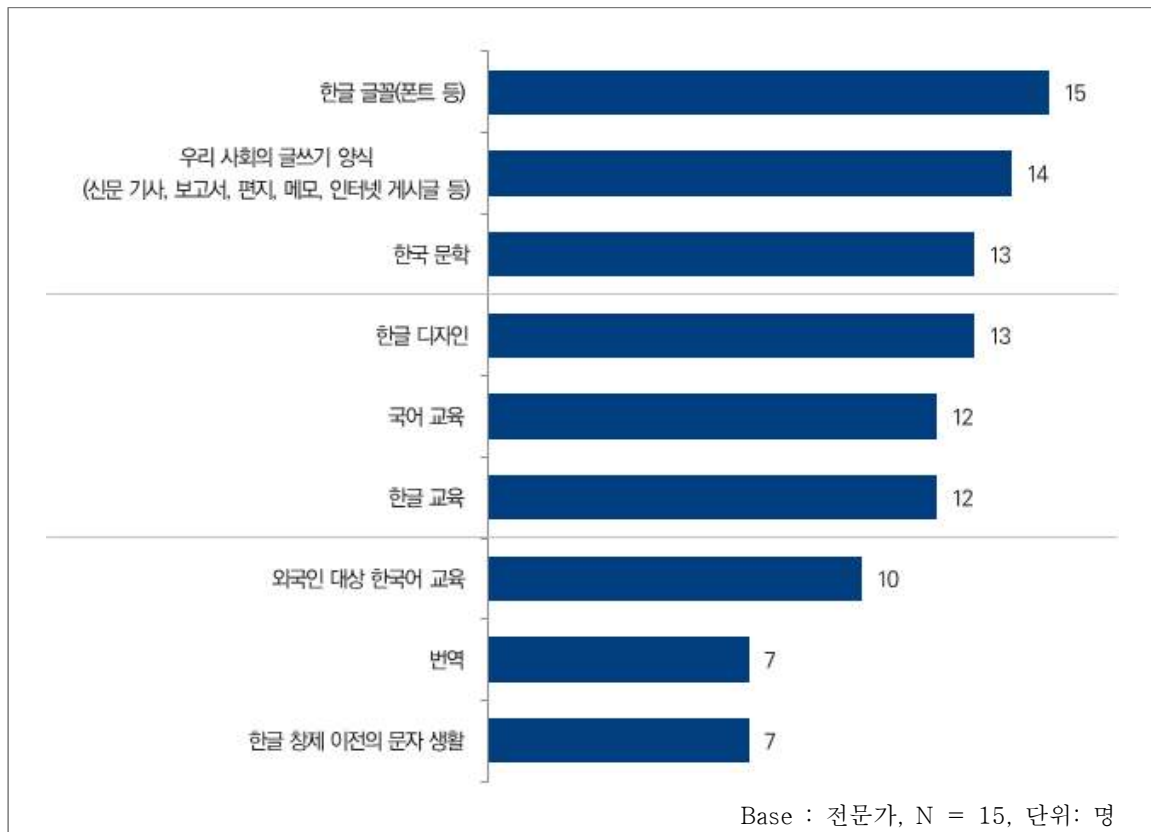
<표 III-2-1> ‘한글문화’의 정의

| 분야        | 연번 | ‘한글문화’의 정의   |
|-----------|----|--|
| 국어 및 언어학계 | 1  | 문자로서의 한글을 기반으로 하는, 한글과 관련된 모든 문화 (생활양식과 예술적 결실을 모두 포함)   |
|           | 2  | 한글을 기반으로 이루어진 문자, 예술, 언어로서 문화 (이 이상으로 확대하면 그 범위가 너무 광범해진다고 생각됨)  |
|           | 3  | 한글을 매개로 우리 사회 전반, 또는 특정 집단에서 공유하는 지적, 정신적 산물   |
|           | 4  | 한글을 매개로 하여 이루어진 정신적, 물질적 소산이다.   |
|           | 5  | 한글을 매개로 한 지적, 정신적, 미학적 발달의 과정(현상)과 특정한 생활양식(관습), 인간의 지적 활동의 실천 및 결과물(실체)을 모두 포괄하는 개념으로 역사적 배경, 사용 맥락, 사용 주체와 대상에 따라 다양하게 해석 및 적용될 수 있다.                            |
|           | 6  | 한글을 문자로서 사용하는 사람들이 공통으로 가지고 있는 사고방식, 행동방식의 패턴  |
|           | 7  | 한글의 창제에 이르기까지의 우리말 표현의 모든 방법, 문자 체계와 한글의 창제 이후 이루어진 우리말과 외국어, 생활과 문자 전반에 걸친 학술, 예술, 생활사의 모든 것  |
| 문화예술      | 1  | 한국인의 문자 관련 생활의 전부  |
| 언론출판      | 1  | 한글을 깨친 모든 사람이 서로 도움을 주고받을 수 있는 열과 냉을 가꾸고 살리는 일과 여기에 바탕을 둔 제 앞가림을 할 수 있는 힘을 길러주는 ‘문화’, 곧 글꼴을 갖춘 올바른 ‘정보’.   |
|           | 2  | 한글을 기반으로 이루어진 문자, 예술, 언어를 포함하며 모든 문화적 활동까지 포괄하는 것  |
|           | 3  | 한글과 관련해 이루어지는 언어문화   |
|           | 4  | 인간은 CPND (Contents-Platform-Network-Device) 또는 ICBM (IoT-Cloud-Bigdata-Mobile)의 시스템에서 초연결하기 위해 언어를 사용한다. 그 때 역동적인 변화가 자주 발생한다. 이를 잘 수용하는 것이 새로운 '한글문화'가 될 것이라고 본다. |

## 나. 한글문화의 세부 요소

- 한글문화를 구성하는 세부 요소를 질문한 결과, ‘한글 글꼴(폰트 등)’은 15명 모두 한글문화의 요소라고 응답함.
- 그 다음으로 ‘우리 사회의 글쓰기 양식’은 14명이 한글문화의 세부 요소라고 응답함.
- ‘번역’과 ‘한글 창제 이전의 문자 생활’은 7명으로 가장 적음.

<그림 III-2-2> 한글문화의 세부 요소



### - 기타 응답

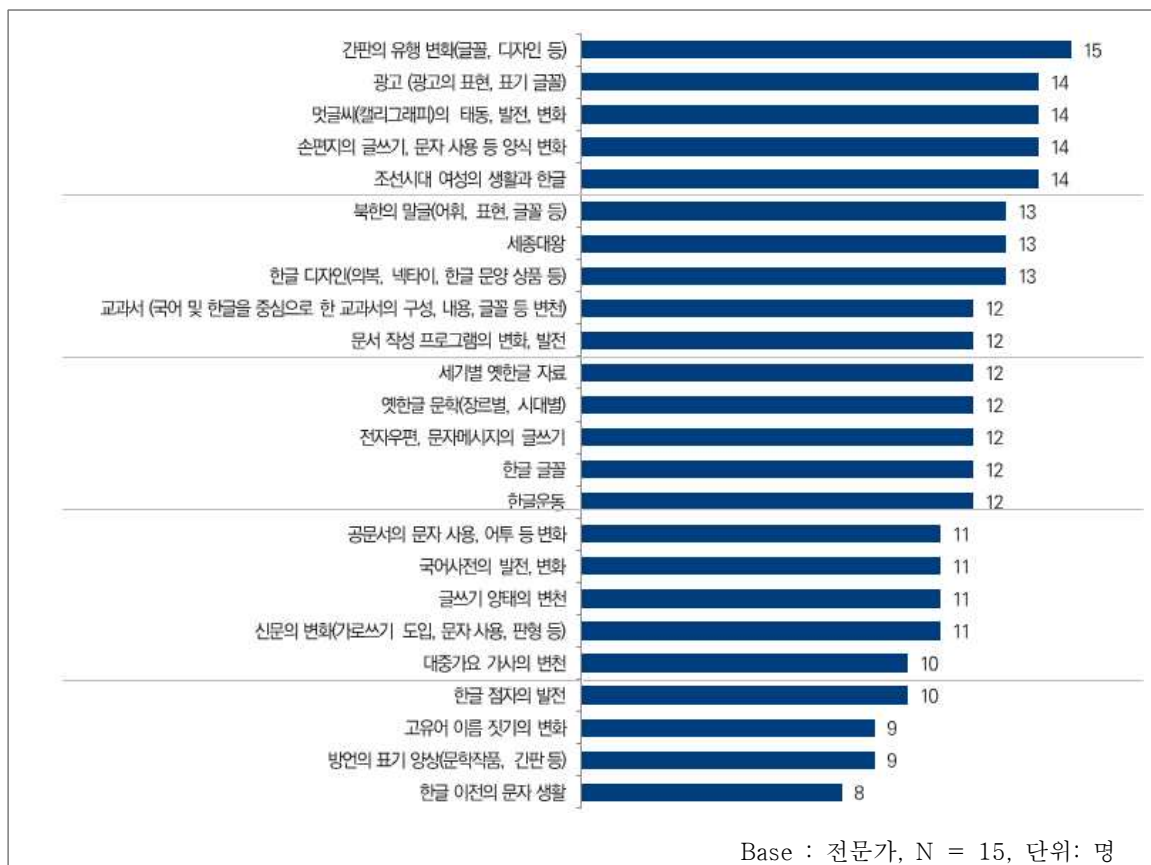
<표 III-2-2> 한글문화의 세부 요소\_기타 응답

| 분야        | 연번 | ‘한글문화’의 세부요소              |
|-----------|----|---------------------------|
| 국어 및 언어학계 | 1  | 간판, 안내판, 한글놀이             |
|           | 2  | 저항운동, 벽서, 대자보 등           |
|           | 3  | 한글표기법                     |
| 문화예술      | 1  | 한글 관련 그래픽 및 디자인 등 시각 작업   |
| 언론출판      | 1  | 일상의 대화, 방송, 강연, 토론회에서의 언어 |

## 다. 한글 및 한글문화 관련 주제

- 한글 및 한글문화와 관련된 24개의 보기 중 전시, 교육, 연구에 적절한 주제에 대해 모두 선택하도록 질문함.
- ‘간판의 글꼴, 디자인 등의 유행 변화’는 15명 모두 선택함.
- ‘광고의 표현, 글꼴’, ‘멋글씨(캘리그래피)의 태동, 발전, 변화’, ‘손편지의 글쓰기, 문자 사용 등 양식 변화’, ‘조선시대 여성의 생활과 한글’이 14명으로 그 다음 순임.
- ‘한글 창제 이전의 문자 생활’은 8명으로 가장 적음.

<그림 III-2-3> 한글에 대한 관심



## 2. 전문가 면접 조사

### 가. 한글문화의 범주와 구성 요소

#### ○ 한글문화의 범주

- 한글문화를 한글이라는 문자로 구별되는 문화로 볼 것인가(로마자문화에 대응하는 개념), 한국어를 표현하는 언어문화의 하위 개념으로 볼 것인가에 따라 강조점이 달라진다. ‘한국문화 - 한국어문화 - 한글문화’의 위상과 관계에 대한 정립이 필요하다.
- 한글을 이용한 문화라는 측면을 강조할 때: 글꼴, 디자인 등 문자의 시각적, 조형적 측면이 중시된다. 이처럼 ‘문자’를 강조하면, 한글 창제 이전의 것은 한글문화에 포함되기 어렵다.
- 한국어를 표현하는 언어문화의 측면을 강조할 때 문학이나 책 등 일정한 글쓰기 양식이나 그 성과물이 중요하다. 이 경우, 한글창제 이전의 문자와 외국어를 포함하는(번역) 한국인의 언어생활까지 그 범위를 확장할 수 있다.
- 한글문화의 구분 인자로 ‘문화 주체’를 들 수 있다. 문화를 만들고 누리는 사람을 한국인(재외 동포 포함)으로 한정할 것인가, 한국어를 아는 외국인을 포함할 것인가, 한국어를 모르는 외국인(과거 찌아찌아족 사례)까지 포함할 수 있는가로 나뉜다.
- 음성언어의 포함 여부도, 한글문화를 기본적으로 문자에서 출발한 것으로 보느냐, 언어생활(확장하면 삶의 양식)의 한 부분으로 보느냐에 따라 의견이 나뉜다.

<표 III-2-3> ‘한글문화’의 범주에 대한 전문 분야별 의견

| 분 야          | 답변 내용  |
|--------------|--|
| 국어학<br>(5명)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글문화는 문자문화의 하위 영역이다(음성언어는 포함되지 않는다).</li> <li>●한글문화는 한국에서 한국어를 표현하기 위해 이루어져 온, 글로 된 모든 형태를 포함하는 것이다(한글 창제 이전의 문자도 포함할 수 있다).</li> <li>●한글문화는 한국어문화의 한 부분으로, 한국어를 쓰는 사람들의 문화다.</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b><br/> “음성언어와 문자언어가 서로 밀접한 연관성이 있지만 서로 별개의 것이다. 국립한글박물관은 한글에 대한 박물관이고, 한글문화는 문자문화의 하위 영역이므로 음성언어로서 한국어와 관련된 것은 일단 한글문화의 기본 정의에서는 제외된다고 본다.”<br/> “한국에서 이루어진 글로 된 모든 형태를 먼저 떠올리게 된다. 한국어를 한국어의 표현 체계에 맞게 표현하려고 싸워 온 역사를 포함한다. 따라서 한글 창제 이전의 우리말 표현 방법과 창제 이후 우리말과 외국어의 관계도 일부 한글문화에 포함될 수 있다.”</p> |
| 언어학<br>(3명)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글문화는 한국문화와 겹치는 부분이 많다. 그러나 한국문화에 완전히 포함되지는 않는다(문학의 경우, 한글로 쓰이지 않은 한국문학도 있다).</li> <li>●지역적으로 한국에 한정되지 않는다(외국에서 한국어를 배우는 경우).</li> <li>●언어가 달라도(찌아찌아족 사례) 한글문화가 될 수 있다.</li> <li>●한글문화에는 한국어문화의 내용도 들어 있다(음성언어 포함).</li> </ul>   |
| 문화예술<br>(3명) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글문화란 한글만이 아니라 한국인의 모든 문자생활을 포함한다.</li> <li>●한글문화는 단순히 문자로서가 아니라, 삶의 관련성 속에서 보아야 한다.</li> <li>●한글로 쓰인 것이 한글문화다(대표적인 예가 문학).</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b><br/> “한글을 문자, 언어, 문화라는 세 측면(단계)으로 나누어 볼 수 있는데, 당위적인 의미에서 한글문화는 세 번째 ‘문화’에 가장 큰 비중을 두어야 한다고 생각한다.”<br/> “한국인의 문자생활 전부라고 정의할 수 있다. 외국어 간판조차도, 왜 한글을 쓰지 않았을까 하는 질문을 던져 볼 수 있으므로, 한글문화에 포함된다.”</p>  |
| 언론출판<br>(4명) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글문화는 한국 사람들이 사는 문화(한국문화)와 결부되어 있다.</li> <li>●한글문화는 우리말로 된 언어문화이므로, 한국어문화와 거의 동일하다.</li> <li>●한글문화는 한국인의 언어생활로 확장하거나 문자 표현(시각적 요소)만으로 축소하거나, 둘 다 가능하다.</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b><br/> “한글박물관이 이름으로는 문자박물관이지만, 우리 언어문화를 포괄해야 한다고 생각한다. 이처럼 이름은 ‘한글’이지만, 음성언어를 동반할 수밖에 없다.”</p>   |



## ○ 한글문화의 대표적인 구성 요소

- 대부분 가장 쉽게 떠오르는 것으로 한글이 시각적으로 표현된 것들(글꼴, 캘리그래피 등)을 꼽았다.
- 한글문화의 구성 요소로 전문가들 사이에서 의견이 나뉜 대표적인 것이 문학이다. 한국어를 표현하는 도구라는 측면을 강조할 때는 한글문화에 당연히 포함되는 것으로 보았지만, 여러 문자 중 하나라는 문자적 특성을 강조할 때는 문학을 한글문화의 구성 요소로 포함시키기 주저했다.
- 전문가에 따라서 한글 창제 이전의 자료나 음성 자료는 한글문화에 포함되지 않는다고 밝힌 경우에도, 한글박물관의 자료로는 포함시켜야 한다고 말하기도 했다. 이에 대해서는 뒤에서 더 자세히 정리하겠다. (‘한글박물관과 음성언어 자료’ 항목 참조)

&lt;표 III-2-4&gt; 한글문화의 대표 요소와 쟁점 요소

| 분 야                   | 답변 내용   |
|-----------------------|---|
| 공통 답변 <sup>2)</sup>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•한글 글꼴과 폰트, 한글 디자인, 캘리그래피 등</li> <li>•예술 작품, 생활용품 등 한글이 쓰여 있는 매체</li> <li>•역사적 가치가 있는 손글씨(유명인의 서명, 편지 등)</li> <li>•책을 비롯한 글쓰기 양식</li> <li>•문자 교육으로서의 한글 교육</li> </ul>  |
| 쟁점 요소                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>•한글 창제 이전의 문자 생활               <ul style="list-style-type: none"> <li>- “한글의 의미를 짚어줄 수 있으니 포함 vs 한글로 표현된 것만 포함”</li> </ul> </li> <li>•문학, 번역               <ul style="list-style-type: none"> <li>- “한국어 표현이므로 포함/중시 vs 문자가 아닌 언어 영역이므로 제외”</li> </ul> </li> </ul> |
| ‘제외’ 의견               | <ul style="list-style-type: none"> <li>•외국인 대상의 한글 교육은 문자 교육만이라면 포함할 수도 있지만, 언어(한국어) 교육의 성격이 강하므로 한글문화에 전적으로 포함시키기는 어렵다.</li> <li>•교육 영역은 한글문화와는 다른 수준(범주)에서 다루어야 한다.</li> </ul>  |
| ‘추가’ 의견 <sup>3)</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•표기법의 변천(철자의 변화, 거센소리 표기로 변화 등)</li> <li>•신조어(사회 변화에 따라 새롭게 만들어진 용어, 표현 등)</li> </ul>  |

2) 공통 답변이라고 해서 모든 전문가가 언급한 것은 아니나, 다수가 동의한 내용임.

3) 추가 의견은 한두 사람이 제시한 것으로서, 전문가 간 교차 검증은 이루어지지 않았음.

○ 앞으로 주목해야 하거나 미래에 추가될 한글문화 요소

- 대부분의 전문가들이 SNS상에서 나타나는 ‘구어도 아니고 문어도 아닌’, 한글 표현 또는 글쓰기의 새로운 양상에 주목하였다.
- 한글변용에 대해서는 대체로 인정하거나 허용적인 태도를 보였다. 다만, 공공 영역(방송, 언론 등)에서 쓰는 것에 대해서는 반대 의견도 있었다.
- 모바일 기기의 발달과 SNS 등으로 인해 대중들의 글쓰기 활동이 더 많아졌음을 지적하며, 대중들의 글쓰기 양식에 관심을 나타냈다. 이와 관련해 글쓰기 교육의 필요성, 중요성을 언급하기도 했다.
- 미래 전망에 대해서는 활발한 의견 표명은 없었다. IT와 인공지능의 발달이 사람들의 생활과 한글문화에 영향을 미치게 될 것이라는 의견이 눈에 띄었다.

&lt;표 III-2-5&gt; 주목할 만한 한글문화 요소

| 분 야  | 답변 내용   |
|------|---|
| 공통의견 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글의 (창조적)해체와 재구성 양상: 다양한 해체 및 재구성 방식에 대한 분석과 실제 의사소통 상황에서의 효과, 그로 인해 발생할 수 있는 문제 등을 살펴보아야 한다.</li> <li>●다른 문자(로마자, 일본어 문자 등), 기호, 이모티콘 등과의 결합 양상</li> <li>●전자통신 언어 또는 인터넷 언어가 한글 표현(표기)에 미치는 영향</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/> “한글을 창조적으로 해체하고 재구성해서 사용하는 현상이 있는데, 이런 현상은 앞으로 훨씬 더 중요한 한글문화의 구성 요소가 될 거라고 생각한다. 이에 더해, 역시 젊은 세대에서 많이 보이는 현상인데, 한글만 쓰는 게 아니라 영문자나 한자, 기호, 이모티콘 등을 다양하게 많이 섞어서 쓴다. 한글과 타 문자의 조화로운 공존이 앞으로 더욱 중요해질 것이다.”<br/> “과거 국한문 혼용체에서 한글과 한자가 서로 어울리는 관계에 있었던 것처럼, 요즈음은 젊은이들이 로마자를 가지고 그와 같은 시도를 하는 것 같다. 한글 표기를 그렇게 하자는 것이 아니라, 한글을 디자인적으로 활용할 때에 시각화하는 장치가 마련된다면 잘 어울려 쓸 수도 있다고 본다.”</p> |
| 기타의견 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●표기 규범의 변화 양상</li> <li>●새로운 표기법의 개발(다양한 외국어 표기를 위한 새 철자 발굴 등)</li> <li>●한글을 소재로 한 다양한 예술 작품(미술, 조형물, 뮤지컬 등)</li> <li>●집회, 공연장에서의 손뿔말 등 사회 현상과 관련된 요소</li> <li>●점점 손글씨 쓸 일이 없어지면서, 오히려 손글씨가 더 중요해질 수 있음</li> <li>●대중문화 속의 한글: 학술적, 문학적인 가치보다 대중적으로 누리는 한글문화에 주목할 필요가 있음(글쓰기 방식 포함)</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/> “휴대전화가 일상이 되면서 전통적인 글쓰기는 아니지만, 글을 더 많이 읽게 되었고 SNS 등 일상적으로 글을 훨씬 많이 쓰게 되었다.”</p>   |
| 미래전망 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●인공지능 시대, 인간과 기계 사이의 소통 매개체로서의 한글: 음성언어와 문자언어의 역할</li> <li>●인공지능이 만들어 내게 될 한글 텍스트, 한글 디자인</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/> “앞으로 의사소통을 할 또 하나의 중요한 상대가 기계, 즉 인공지능이 될 것이다. 음성과 문자가 다룰 텐데, 한글문화와 관련해 인간과 기계의 소통 매개체로서의 문자가 앞으로 고민해야 할 문제가 될 것이다.”<br/> “디지털 시대의 한글 또는 한글의 디지털화와 관련해, 한글 입력이나 구현 방식이 달라지거나 더욱 다양해질 수 있다.”</p>  |

## 나. 한글문화의 창조 주체와 향유 방식

### ○ 한글문화의 주요 창조 주체

- 한글문화를 창조하는 주체를 묻는 질문에는 세대(연령대)를 가장 중요한 속성으로 꼽았다. 모바일, 컴퓨터와 가깝고 끊임없이 변화를 추구하는 젊은 세대(청소년, 학생 등)의 특성상 새로운 표기, 표현을 활발히 만들어 낸다고 답했다.
- 직업군이나 직종으로 물었을 때는 여러 분야의 시각 디자이너, 폰트 개발자 등을 한글문화의 주요한 창작 주체라고 답했다.
- 창작자라는 점에서 글 쓰는 사람(작가)을 한글문화의 주요한 창조 주체로 든 경우도 있었는데, 문학이 한글문화의 중요한 구성 요소라고 답한 전문가들이 그러했다. 확대해서 SNS에 글을 쓰는 보통 사람들을 포함시키기도 했다.

<표 III-2-6> 한글문화의 주요 창조 주체

| 분 야   | 답변 내용   |
|-------|---|
| 세대    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10대, 20대 젊은 세대(또는 청소년, 학생으로 칭함)</li> <li>• 변화를 추구하는 세대, IT 세대</li> <li>• 새로운 의미를 부여하거나 검색어 규제를 피하려는 목적으로, 또는 재미를 위해서 등 다양한 이유로 한글 규범을 파괴하거나 재창조함</li> </ul>                      |
| 직업군   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 폰트, 편집, 광고 디자이너 등 시각 전문가</li> <li>• IT 기술 관련 직종</li> <li>• 다양한 분야의 예술가, 디자이너 (미술, 음악, 건축, 가구 등)</li> <li>• 글 쓰는 사람: 작가, 번역가, 작사가, 만화가, 인터넷 누리꾼들</li> <li>• 언론, 방송 종사자</li> </ul> |
| 일반 대중 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한마디로 한글을 쓰는 대중이 한글문화의 창조 주체이자 향유자(소비자)라는 견해</li> </ul>   |

### ○ 한글문화의 향유 방식

- 보통 사람들이 한글문화를 어떻게 누리고 있는가 하는 질문에 대해서는 다양한 답변을 이끌어 내기가 힘들었다. 대개는 한글문화라는 인식 없이 무의식적으로 한글을 누리고 있다고 생각하였다. 대부분이 글을 쓰는 장면, 또는 한글이 포함된 상품을 소비하는 장면을 떠올렸다.
- 특별히 언급하지 않았음에도 ‘한글 변용’ 또는 그와 유사한 현상을 떠올린 전문가가 많았다. 아마도 한글문화를 어떻게 누리는가를 한글을 어떻게 쓰고 있는가로 해석한 듯하다.

&lt;표 III-2-7&gt; 한글문화의 향유 방식

| 분 야          | 답변 내용   |
|--------------|---|
| 환경의 변화       | <ul style="list-style-type: none"> <li>•SNS 등 디지털 환경에서 한글을 읽고 쓰는 시간이 늘어남</li> <li>•비문자 언어(이모티콘 등)와 영상 등이 소통 수단으로 점점 더 중요해짐</li> <li>•한글이 의사소통의 중심 역할에서 밀려나 보조적인 역할(방송 자막 등)로 쓰이는 경우가 많아짐</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b><br/> “한글이 의사소통에서 보조적인 역할을 한다고 했지만, 보조적이면서도 필수적이 되었다. 방송 자막이 있어야 의사소통이 완성되고, 모바일로 많이 보니까 소리를 크게 할 수 없을 때도 많다.”</p>   |
| 주된 향유/소비 방식  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•패션, 상품, 광고 등을 통해 시각적으로 표현된 한글 디자인을 감상하고 즐김</li> <li>•일상생활에서(명함 제작, 문서 작성, SNS 글쓰기 등) 한글의 글꼴이나 글쓰기 양식에 관심을 기울임</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b><br/> “일상생활에서는 타이포그래피에 관심이 많다. 간판이나 명함을 만들 때 글자체에 예민하게 반응한다. 글자체에 따라 말투(지위나 이념 등)가 선명하게 들리기도 한다. 간판의 서체만 보고도 공공기관인 줄 안다든가 하는 예를 들 수 있다.”</p>  |
| 한글 변용에 대한 의견 | <ul style="list-style-type: none"> <li>•우리 사회의 변화 양상을 볼 수 있음</li> <li>•한글을 다양하게 변용해서 쓸 수 있다는 것 자체가 한글의 특성이기도 함</li> <li>•한글 변용 또는 외국 문자나 다른 기호와의 결합을 무조건 배척하기보다는 수용적이고 포용적인 관점을 갖는 게 필요함</li> <li>•다만 이 같은 문자 변형을 방송 등 공공 영역에서 이용하는 것에 대해서는 일부 반대 의견도 있음</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b><br/> “한글 문자 외에 비문자 언어도 중요한 소통 수단이다. ... 문자가 어떤 식으로 존재하느냐도 눈여겨보아야 할 것 같다. 한글 규범 파괴 등도 바람직하냐를 따지기 전에 그 자체로 분석 대상이고, 한글박물관이 끌어안아서 보아야 하는 대상이다. 은어 등은 의사소통의 규모가 더 작아지는 것이지만, 그건 한국 사회의 문제 때문에 생기는 것이지 언어 때문에 생기는 게 아니다. 따라서 한글의 특수한 활용을 보고, 한국 사회의 어떤 문제들을 표현하는가를 연구하는 것이 한글문화를 공부하는 사람들의 역할이다.”<br/> “한글해체 현상 같은 것도 동일한 방식으로 계속 이어진 게 아니라, 유행에 따라 변화한다. 이런 것들이 언어생활에 해가 되는 방향으로 정착된다고는 보지 않는다. 의사소통에 크게 피해를 줄 정도라면 적절히 자정이 되는 것 같다. 일종의 다양성이고, 옛날부터 써 왔던 전형성에서 탈피해 주목을 받거나 호기심을 유발하기 위한 언어유희 같은 거라고 본다.”<br/> “한글 변형을 부정적으로 볼 게 아니라 왜 그런 현상이 일어나는지 들여다보고, 오히려 좀 더 멋있게 잘할 수 있는 장치를 마련해 줄 수도 있다고 생각한다.”<br/> “사람들이 한글에 대해 자부심을 갖게 된 데에는 한글의 IT 적합성도 중요한 역할을 했다.”</p> |

○ 외국인이 느끼는 한글문화의 매력

- 이 질문에 대한 답변에서는 한글문화의 매력과 한글의 매력(우수성)이 혼재되어 나왔다.
- 외국인에게 흥미를 주는 요소로 한글 문자의 조형적 특징(모아쓰기 등)과 한글 창제 이야기를 들었다.
- 한글문화의 매력은 한국문화(특히 한국 대중문화)의 대한 관심이 선행되고 난 뒤에 접하게 될 것이라고 보았다.
- 외국인이 필요에 의해 한국어를 배우는 것이 곧바로 한글문화에 대한 호기심으로 이어지지는 않는다는 점을 지적하였다.

<표 III-2-8> 외국인이 느끼는 한글문화의 매력

| 분 야          | 답변 내용  |
|--------------|--|
| 한국문화<br>관련성  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•한국 대중문화(K-Pop, 드라마, 방송 등)에 대한 관심 또는 한글로 된 좋은 콘텐츠가 선행되어야 함</li> <li>•한국 사회와의 관련성: 촛불집회와 같은 한국 민주주의의 발달과 한글의 관계               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문자와 민주주의</li> </ul> </li> <li>•한글 창제 이야기</li> </ul> |
| 시각적<br>특징    | <ul style="list-style-type: none"> <li>•한글의 조형적, 시각적인 특징(모아쓰기 등)</li> <li>•한글이 들어간 패션, 상품 등(단, 한국문화에 대한 관심이 선행되어야 함)</li> </ul>  |
| 다른 문자와<br>비교 | <ul style="list-style-type: none"> <li>•한글의 과학성과 체계성</li> <li>•누구나 쉽게 배울 수 있음</li> <li>•한국어의 특징: 감각 표현(의성어, 의태어, 부사 등)이 풍부함</li> </ul>   |

## 다. 국립한글박물관의 기능과 역할

### ○ 한글박물관의 사회적 기능

- 역사적인 부분과 현재적인 부분의 조화를 이루게 하는 것이 필요하다. 특히 현재 우리가 창조하고 발전시키고 향유하는 한글문화의 창조적 역동성을 잘 보여 주는 기획의 필요성을 강조하였다.
- 문화를 향유할 수 있도록 교육이 필요하다는 지적이 있었다. 이런 점에서 한글박물관이 능동적인 교육 기관으로서의 역할을 수행해야 한다는 요구가 많았다. 전문성과 대중성의 조화가 필요한 부분이다.
- 한글박물관이 한글과 한국어에 대한 시민 교양 교육의 장이 되어야 한다는 답변을 보면, 한글을 인문학적 관심의 대상으로 삼는 경우가 있는 한편, 다양한 글쓰기 교육을 하면 좋겠다는 의견도 있다.
- 국립한글박물관은 한글 또는 한글문화와 관련된 모든 것들이 모여서 서로 자극을 주고받고 이를 통해 새로운 창조가 이루어지도록 주도하는 플랫폼 역할을 해야 함을 강조했다.

<표 III-2-9> 한글박물관의 사회적인 기능

| 분 야          | 답변 내용  |
|--------------|--|
| 자료 수집과 연구 기능 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글 관련 유물, 문화재의 수집과 보존, 전시 기능</li> <li>●한글 창제와 한글 변화의 역사적 기록을 가장 잘 찾아볼 수 있는 곳</li> <li>●한글 관련 학술 자료는 물론 모든 디자인 자료까지 다 있는 곳</li> <li>●한글 관련 디자인을 연구하고 그 결과물을 대중들이 알기 쉽게 전달하는 역할</li> <li>●한글, 한국어의 규준을 잡는 데 필요한 자료를 수집, 정리하는 역할</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/>“한글에 대해 학술적인 지식, 자료가 필요할 때 무조건 한글박물관에 가면 얻을 수 있었으면 좋겠다. 학술적인 것뿐만 아니라 디자인 자료들도 이곳에 총 망라되어 있었으면 한다.”</p>   |
| 동시대성 강화      | <ul style="list-style-type: none"> <li>●신조어, 외계어 등 한글을 창조적으로 해체하고 재구성하는 일에 대해 연구하고 자료를 수집함</li> <li>●집회, 공연장의 손팻말, 플래카드, 대자보 등 우리 사회의 중요 장면에서 쓰이는 한글 자료들의 디지털 아카이빙 작업</li> <li>●공간적으로는 한국 밖에서, 외국인이 생산해 내는 한글 자료에 대해서도 관심을 갖고 자료를 수집함</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/>“새로 발생하는 한글문화에 대해서 잘 관찰하고 수집, 정리하는 일을 강화했으면 좋겠다.”</p>  |
| 교육 기능        | <ul style="list-style-type: none"> <li>●다른 문자와 비교하거나, 한글의 우수성에 대해 제대로 알려주는 역할</li> <li>●한글 창제 관련 역사적 배경과 사실을 제대로 알려주고, 한글에 대해 잘못 알려진 것들을 바로잡는 역할</li> <li>●외국에서 한국어 교사들이 왔을 때 재교육할 수 있는 곳</li> <li>●바른 문자생활에 대한 교육 또는 다양한 주제, 대상의 글쓰기 강좌를 제공해 우리 사회의 소통에 이바지함</li> <li>●사라져 버린 우리말 되살리기</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/>“한글 사용, 언어생활에 대해 의식적으로 생각해 보는, 즉 메타적 사고를 해 볼 수 있게 이끌어 주는 교육도 필요하다.”<br/>“한글이 인문학적 관심이 될 수 있도록 하는 교육이었으면 좋겠다.”</p>  |
| 네트워킹, 플랫폼 기능 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글을 이용한 상품, 아이디어 공모 등 창작의 계기를 마련해 주는 역할</li> <li>●한글 디자인, 서체 개발을 지원하거나 가이드라인을 마련함</li> <li>●문학, 역사, 언어규범 등 인접 분야와 적극적으로 소통하는 네트워킹의 허브 역할</li> <li>●전 세계 지역문화와 한글문화의 관계(한글이 한국 밖에서 그 지역문화와 섞이면서 어떻게 변화하고 유지되었는가 하는 점)에 대한 연구</li> </ul> <p>[답변 인용]<br/>“한글박물관의 연구원들이 출판이라든지, 다른 미디어 활동들을 통해서 하나의 브랜드가 되어 주면, 그 브랜드를 통해 사람들의 관심을 계속해서 불러일으킬 수 있을 것이다.”<br/>“더 이상 변하지 않는 것들이 전시되는 공간이기보다는 살아 있는 사람들이 지속적으로 이 안에서 배우고 생산하고, 또 이렇게 생산된 것들이 대중에게 다가가고, 그 교육을 받은 세대가 다시 새로운 성과를 만들어서 이 안에 집어넣을 수 있는 거대한 선순환구조가 되었으면 좋겠다.”</p> |



## ○ 한글박물관과 음성언어 자료

- 여러 전문가가 한글문화에 음성언어가 포함되는가 하는 문제와 한글박물관이 음성 자료를 수집해야 하는가 하는 문제를 별개로 보았다.
- 한글박물관이 자기 역할을 확장하고 일정하게 언어박물관으로서 기능해야 한다는 관점에서는, 음성 자료 수집을 당연하고도 필요한 일로 보았다.
- 소리글자라는 한글의 특성을 잘 보여 주기 위해서도 음성 자료가 필요하다는 의견이 있다.
- 반면에 음성언어는 한글문화에서 제외되므로 음성 자료를 수집할 필요가 없다는 의견도 있었다. 음성언어 자료를 수집하는 건 다른 기관의 과업으로 두어야 한다는 의견이 있다.

&lt;표 III-2-10&gt; 한글박물관과 음성언어 자료

| 분 야           | 답변 내용   |
|---------------|---|
| 음성 자료<br>필요함  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한글박물관은 현재 문자 전문 박물관이지만, 장기적으로는 언어박물관의 역할로 확장해 나가기를 기대함</li> <li>• 음성언어 자료를 달리 수집하는 곳이 없으므로, 한글박물관이 가장 적합함</li> <li>• 한글박물관은 문자에 기반하고 있지만, 그 문자에 대응하는 구어로서의 청각 자료도 다룰 필요가 있음               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소리글자로서의 한글의 특징을 잘 보여 주기 위해서라도</li> </ul> </li> <li>• 텍스트를 주고 녹음을 하는 등 방언 자료를 주도적으로 생성할 수도 있음</li> <li>• 구어를 포함한다면 박물관 전시도 더 풍부해지고 관람객들의 흥미도 유발할 수 있음</li> </ul> <p><b>[답변 인용]</b></p> <p>“지금 국어박물관이 따로 없는 상황에서는 한글박물관이 그 역할까지도 겸해서 하겠다고 정책을 세울 수도 있다. 문화 다양성이 점점 훼손되고 줄어드는 게 전 세계적인 경향인데, 다 소멸하기 전에 한국어의 다양성을 보존하는 일을 할 수 있는 박물관이 따로 없으므로, 그 역할을 한글박물관이 같이 맡는 건 좋은 일이라고 생각한다. ... 국어박물관과 한글박물관이 따로 만들어져 공존하기는 어려울 테니, 장기적으로는 한글박물관이 언어박물관의 역할을 겸하는 쪽으로 영역이 확장되는 게 바람직하다고 본다.”</p> <p>“우리나라 사람들이 한글 하면 한국어를 생각하니까 한글박물관에 음성 자료도 포함되어야 한다고 생각한다. 비중을 말하라면 문자와 음성이 7:3 또는 8:2 정도 되어야 하지 않을까 한다.”</p> |
| 음성 자료<br>필요없음 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음성언어는 한글문화에서 제외되는 것이므로, 한글박물관은 일차적으로 문자문화에 집중해야 함</li> <li>• 사투리 등 음성언어 자료는 한국박물관의 역할이 아니며, 다른 기관에서 담당해야 함</li> </ul>  |

○ 이용자별 운영 목표와 제안

- 연령대에 상관없이 가장 많이 나온 이야기는 한글박물관이 교육의 장으로 기능해야 한다는 것이었다(이에 대해서는 앞의 ‘한글박물관의 사회적 기능’ 참조).
- 아직은 한글박물관이 많이 알려져 있지 않으므로, 한글박물관을 알릴 수 있는 주목도 높은 활동, 프로그램에 주력해야 한다는 의견도 있었다.
- 대부분의 전문가가 이용자 연령대에 상관없이, 상호작용이 많은(체험형, 참여형, 스마트형) 재미있는 프로그램을 강조했다.
- 한글박물관 방문객들에게 일차적으로 한글문화가 풍부하다는 인상을 주는 것이 필요하다고 보았다.
- 한글박물관의 장소 제한성을 보완하고 접근성을 높이기 위해 다른 시설(서울 시청, 다른 박물관 등)과 협력하는 방법을 제안하기도 했다.

&lt;표 III-2-11&gt; 한글박물관의 운영 목표

| 분 야        | 답변 내용  |
|------------|--|
| 어린이        | <ul style="list-style-type: none"> <li>●재미와 참여가 가장 중요</li> <li>●한글에 대한 관심과 흥미를 느끼게 함</li> <li>●간단한 한글 조합 원리를 이해함</li> <li>※ 현재는 미취학 아동들이 가볼 만한 곳으로 잘 알려져 있다.</li> </ul> <p>[제안, 예시]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한글을 이용한 놀이</li> </ul>   |
| 청소년        | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글을 창조적으로 변형, 재구성하는 등 직접 참여하는 활동을 통해 한글문화에 관심과 흥미를 갖게 함</li> <li>●한글을 다른 문자와 비교해 보며, 비교문화사적인 인식을 갖게 함</li> <li>●교육과정에서 다루는 내용과 관련해 한글에 대해 올바른 지식을 갖게 함</li> </ul> <p>[제안, 예시]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 글꼴 만들기, 디자인 해 보기</li> <li>- 여러 문자의 특징을 알고, 이를 이용해 상형문자, 표음문자 만들어 보기, 암호 문자 만들기</li> <li>- 한글의 구성의 원리에 대해 알기</li> <li>- 노래 가사 쓰기, 웹툰 글쓰기 교실</li> </ul> |
| 성인         | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글 관련 옛 문화재들의 문화사적인 배경과 의미를 탐구함</li> <li>●한글에 대해 올바른 지식을 알려 줌(잘못된 상식 바로잡기)</li> <li>●우리 언어문화를 돌아보고 깊이 있게 가꿔 나가는 계기를 제공함</li> <li>※ 박물관이 활성화되려면 재방문이 많아져야 한다.</li> </ul> <p>[제안, 예시]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개별 유물이나 문화재의 배경과 관련한 스토리텔링</li> <li>- 신문 글꼴의 변화 과정</li> <li>- 캘리그래피, 간판, 명함 만들기</li> <li>- 타이포그래피 강좌</li> <li>- 한글을 이용한 패션 쇼</li> </ul>         |
| 외국인<br>방문객 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●한글 창제의 배경과 의미를 알려 줌</li> <li>●한글 배우기</li> </ul> <p>[제안, 예시]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한중일 3국의 문자생활 비교를 통해 한글의 우수성을 알게 함</li> <li>- 한글 배워서 자기 이름 써 보기 활동</li> </ul>  |

## 제3장. 전문가 면담 요약본

### 〈전문가1〉

답변자: ○○○ (서울대학교 국어국문학과 교수)

일시: 2018. 11. 13. (화) 오후 2:00 ~ 3:00

장소: 서울대학교 교수회의실

#### 가. 한글박물관 관련 배경

- 방문한 적 있다. 최근에는 외국의 문자 연구자들과 함께 방문했다.

#### 나. 한글문화 세부 요소

##### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 우리 사회의 글쓰기 양식, 한글 글꼴과 폰트, 한글 창제 이전의 문자 생활, 한글 디자인, 한글 교육이 포함된다.
- 한글문화를 좀 더 넓게 본다면 한국 문학이나 국어 교육도 포함할 수는 있겠지만, 문자와 언어는 밀접하게 연관되기는 해도 사실 별개의 것이다. 따라서 음성언어로서 한국어와 관련된 건 한글문화의 기본 정의에서는 제외시켜야 한다. 한글문화는 문자문화의 하위 영역이다.
- 한글 창제 이전의 문자 생활의 역사도, 한글문화를 한국인이 누리는 것이라고 볼 때, 한글문화에 포함시키는 게 자연스러워 보인다.

##### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- ① 한국어를 한글로 표기하는 것은 그리 복잡한 문제가 아니다. 반면에 외래어, 외국어를 한글로 표기할 때는 훨씬 복잡한 문제가 많이 생긴다. 언어에 따라(특히 우리에게 낯선 언어는 더더욱 어렵다), 사람에 따라 달리 표현하게 됨으로써 의사소통에 어려움을 일으킨다. 다른 언어의 인명이나 지명 등을 표기해야 하는 문제가 있을 때 국어원이든 한글박물관이든 언론 기구 등과 빨리 협의를 해서 정하고 혼란을 줄이려는 노력이 필요하다.

그럴 때 표기를 위해서, 한국어를 쓸 때는 사용하지 않지만, 특수한 자모를 추가해서 사용할 수도 있다. 옛날에 쓰던 자모 중에서 안 쓰는 것이 있는 것처럼 필요에 따라 새로이 생겨나는 자모도 있지 않을까.

- ② 글꼴, 타이포그래피 등 한글의 조형적인 측면에서의 노력을 들 수 있다. 사람들이 텍스트를 접할 때 글꼴이 매우 중요한데(인쇄 매체는 물론이고 모바일이나 컴퓨터 환경에서도), 글꼴에 관한 한 선진국에 비해 많이 뒤떨어져 있다.

### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 젊은 세대는 특히 SNS 활동이 활발한데, 한글을 사용하는 방식도 굉장히 창조적으로, 생략하거나 변화시키는 것을 많이 본다(예컨대 초성체). 이렇게 한글을 해체하고 재구성하는 현상은 앞으로 중요한 한글문화의 구성 요소가 될 것이다. 한글을 다른 문자 또는 기호, 이모티콘 등과 섞어서 쓰는 일이 점점 많아질 테고 중요해질 것이다.

### 4) 미래에 추가될 한글문화의 구성 요소

- 의사소통의 중요한 상대로 인간뿐 아니라 기계, 즉 인공지능이 등장하게 될 것이다. 음성으로 하는 소통이 물론 많아지겠지만, 여전히 텍스트가 필요하고 텍스트가 더 효과적인 경우가 있을 수 있다. 인간들 사이 소통의 매개체로서만이 아니라, 인간과 기계 사이의 소통 매개체로서의 문자에 대해 좀 더 많이 생각하고 고민해야 할 것이다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 한글을 마음껏 파괴, 해체, 재구성하는 10대, 20대의 젊은 세대. 그리고 컴퓨터나 모바일 관련 환경을 만들고 기술을 발전시켜 나가는 직종. 인공지능을 연구하고 개발하는 사람들도 포함할 수 있다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 한류의 확산에 힘입어 한글이 갖는 문화적인 상징 가치도 예전보다는 상당히 높아졌다. 물론 이는 한국인보다는 외국인의 한글문화 향유 방식과 더 관련이 깊다. 보통 사람들은 무의식적으로 누린다고 보아야 할 것이다.
- 무조건적인 한글 숭배(국뽕)의 태도를 갖는 것은 좋지 않다. 어떤 문자든지 특정 음성언어를 배경으로 해서 그것을 잘 표기하도록 만들어진 것이다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 한류를 좋아하는 외국인들은 한글에 대해서도 관심을 가질 텐데, 그때 문자로서 한글의 장점, 매력을 알려줄 수 있다면 한글을 좀 더 수준 높게 좋아할 수 있을 것이다. 언어

학의 관점에서 우수한 문자라는 것을 드러내 주고 한글의 조형적인 특징을 알기 쉽게 설명해 주면 좋겠다.

- 한글이 아닌 한글문화를 매력적으로 보이게 하려면, 한글로 된 좋은 콘텐츠(문학 작품이나 노래 가사, 드라마, 연구 논문 등)가 많아야 한다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 한글 관련 문화재 수집, 보존, 전시는 한글박물관의 가장 핵심 기능일 테고, 거기에 덧붙여 좀 더 능동적인 교육의 역할을 강조할 필요가 있다. 과거의 정적인 유물이 아니라, 지금도 우리가 창조하고 발전시키고 향유하는 한글문화의 '창조적 역동성'을 잘 보여 주는 기획을 많이 하면 좋겠다. 특히 전시 공간 안에서 다양한 방식으로 관람객들과 활발한 상호작용이 이루어지도록 해야 한다.
- 세계문자박물관과의 역할 분담도 과제다. 긴밀히 협력하면서 공존하는 방법을 찾아야 한다.

### 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 한글박물관은 문자 전문 박물관이지만, 한국어박물관이 따로 존재하지 않으므로 한글 박물관이 그 역할까지 맡도록 정책을 세울 수 있다. 지역어나 사투리 등 문화 다양성이 점점 훼손되고 줄어드는데, 한글박물관에서 그 일을 맡아 해도 좋다고 생각한다.
- 장기적으로는 언어박물관의 역할을 겸하는 쪽으로 한글박물관의 영역이 확장되는 게 바람직하다고 생각한다(이름은 바꿀 수도, 그냥 둘 수도 있다).

### 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어린이: 재미와 참여.
- 청소년: 한글을 도구로서 창조적으로 변형하고 재구성하는 활동을 복돋운다. 세계의 다양한 문자들과 비교해 한글의 위치를 알 수 있는, 한글에 대해 비교문화사적인 인식을 하게 해준다(어린이와 성인도 마찬가지).
- 성인: 한글 관련 옛 문화재들이 갖고 있는, 좀 더 문화사적인 배경과 의미를 탐구하게 한다.
- 외국인: 한글 창제 전후의 문자 생활 양상을 대비시켜 줌으로써 한국인에게 한글이 갖는 의미를 알려줄 수 있다. 한중일 3국의 문자 생활 모습을 비교해 보여주는 것도 의미가 있다.

## 〈전문가2〉

답변자: ○○○ (성균관대학교 국어국문학과 교수)

일시: 2018. 10. 26. (금) 오후 2:00 ~ 3:00

장소: 성균관대학교 교수회관 연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 한글박물관 설립 초기, 자료 기증/수집 관련 설문지를 받고 알게 되었으며, 초기 설립에 관여했던 분이 학계 지인이었다. 방문한 적도 있다.
- 박물관 인상은, 어린이 이용객에게는 좋을 것 같은데 성인(약간 전문적인) 이용자에게 좀 부족해 보였다. 시대적, 사회적으로 좀 더 입체적이었으면 하는 생각을 했다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소

- 한국에서 한국어의 표현 체계에 맞게 표현하려고 싸워 온 역사이자, 한국에서 이루어진 글로 된 모든 형태. 한글로 읽고 쓰고 말하고 생각하는, 즉 한글로 표현해 온 역사를 보여 주는 것을 포함한다. 책 또는 문해력과 관련되는 것들이다.
- 말, 생활, 문자 이 3개를 본다면 창제 이전의 우리말 표현의 모든 방법과 문자 체계도 일부 포함할 것이다(어떻게 우리말에 가까운 서기 체계로 표현하고자 했나). 창제 이후의 우리말과 외국어의 관계도 그 연장선에서 볼 수 있다.
- 한글문화를 정의하자면, 한글 창제에 이르기까지 우리말 표현의 모든 방법, 문자 체계와 한글 창제 이후 이루어진 우리말과 외국어 생활과 문자 전반에 걸친 예술, 학술, 생활사의 모든 것(좀 포괄적으로 정의를 내렸으면 좋겠다).

#### 2) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 디지털 아카이빙이 필요하다. 한글이 등장하지만 휘발될 수 있는 자료들(춧불집회 손뿔말, 설치미술 등 다양한 예술에 사용되는 한글 등)을 모으고 전시할 수도 있다. 즉 진행 중인 문화도 한글박물관에서 기록하고, 생산도 했으면 한다. 예컨대, 폰트로도 이념 지향, 시대적/사회적 분위기를 비교해서 볼 수 있다.



## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 작가들, 인터넷누리꾼들, 번역가들, 외국어로서 한국어를 가르치는 교사들, 편집디자이너들.
- 특히 편집디자이너들이 물리적으로 글자를 만지고, 내용을 글자로 표현하므로 중요하다. 예컨대 초기 신문 등을 만들 때 활자를 어떤 식으로 공급받았을까 편집자(디자이너)로 본 한글문화 등을 생각해 볼 수 있다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 한글 문자 외에 비문자 언어도 중요한 소통 수단이다. 한글이 비문자적인 이미지를 보완해 주는(예컨대 방송 자막 등) 역할을 하며, 그 비중이 높아지고 있다. 문자의 역할이 보조적인 것처럼 보일 수 있지만, 과거에 비해 문자의 양이 적어지는 것은 아니다. 문자가 어떤 식으로 존재하느냐도 조금 눈여겨봐야 할 것 같다. 한글 규범 파괴 등도 바람직하나를 따지기 전에 그 자체로 분석 대상이고, 한글박물관이 끌어안아서 봐야 하는 대상이다.
- 은어 등은 의사소통의 규모가 더 작아지는 것이지만, 한국 사회의 문제 때문에 생기는 것이지 언어(한국어) 때문에 생기는 문제가 아니다. 따라서 한글의 특수한 활용을 보고, 한국 사회의 어떤 문제들을 표현하는가를 연구하는 것이 한글문화를 공부하는 사람들의 역할이다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 첫째, 한글이 민중문화, 민주주의 발달과 관련이 있다는 역사를 잘 보여 주는 것이 중요하다.
- 둘째, 외국문화를 매개해 온 한글의 역동성과 개방성(또는 국제성. 국제적인 소통을 위한 것)을 강조해 주면 좋겠다. 한글의 창제 배경이 외국어와 한국어의 관계를 고정/안정화하려는 것이었다. 민중을 계몽하는 문자이기도 했지만 해외의 지식을 체계적으로 빨리 받아들이기 위한 수단으로 중요했다. 한국 바깥의 지역에서 한글이 어떻게 쓰였는지 살펴보는 것도 필요하고, 한국어를 배우려는 사람들의 열망도 한국어의 국제성, 개방성의 관점에서 바라보자. 이와 관련된 예로, 외국에서 개최한 한글 백일장이나 외국인이 한글로 쓴 팬레터(손편지) 등의 자료들도 외국인들이 한글박물관에 와서 즐길 수 있는 요소가 될 수 있다.



## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 강조하고 싶은 건, 새로 발생하는(지금 이루어지고 있는) 한글문화에 대해 잘 관찰하고 정리하는 일이다.
- 외국에서 한국어 교사들이 연수를 왔을 때, 재교육할 수 있는 시설이 되었으면 좋겠다.
- 문학 등 인접 분야와 소통하거나 미디어를 적극적으로 받아들였으면 한다.

### 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 해외의 한국어 사용 집단의 자료나 방언 자료를 수집하는 일이 필요하다(한글박물관의 일인지는 의문이지만). 있는 자료를 수집할 수도 있지만, 서기 체계(또는 생활 장면)를 주고 녹음을 해서 자료를 생성할 수 있다. 한글박물관은 연구 외 전시를 포함하는 조직 이므로 그 연장선에서 이런 자료를 수집해 놓을 필요가 있지 않을까.

### 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 성인: 교양 강좌 등 박물관에 가서 배운다는 느낌이 확실해야 한다. 강의를 듣고 그다음 책으로 이어진다면, 깊이가 있는 프로그램이어야 할 것 같다.
- 청소년: 직접 해 보는 활동이 중요하다. 참여해서 뭔가 만들어 낼 수 있으면 흥미를 느낄 것이다.
- 어린이: 한글에 대한 관심과 사랑을 키워 주고, 재미를 느끼게 해 주는 것이 중요하겠지만, 박물관은 어린이 위주로 가면 안 된다.

### \* 추가의견\_한글박물관에 바란다

- 한글박물관이 좀 더 개방적이고 공격적으로 해 나가기를 바란다. 한글문화에 대해 너무 작게 생각하지 말고, 하고 싶은 것을 막 했으면 좋겠다. 한글문화가 한국 안에, 한국어 안에 갇히지 않고 펼쳐 나갔으면 하는 바람이다. 즉 ‘한글로 표현되거나 정착된 것’이라는 의미를 자꾸 확장해 나갔으면 한다.
- 미디어, 기층문화, 광고, 영화 자막(번역), 북한 자료, 이민자를 비롯한 해외 동포 자료 등등, 디지털 아카이빙이 필요하다. 또한 전시가 꼭 가치중립적일 필요는 없으니, 벽서나 민주화 과정의 대자보(손글씨, 인쇄 등) 등을 통해 한글과 사회 변화를 보여 주는 등 좀 더 입체적이었으면 하는 생각이다.
- 인접되어 있는 문학박물관, 인쇄박물관, 역사박물관 등이 있지만 신경 쓰지 말고, 한글문화가 빈곤하다고 느끼지는 않게 해 주었으면 한다.

## 〈전문가3〉

답변자: ○○○ (한국교원대학교 국어교육과 교수)

일시: 2018. 11. 21. (수) 오후 2:00 ~ 3:00

장소: 한국교원대학교 교수연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 여러 번 방문한 적 있다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 글쓰기 양식이나 글꼴, 캘리그래피, 한글 디자인 등이 대표적인 것이다. 문학이나 번역은 한글을 매개로 해서 표현되었다는 점에서 한글문화에 부분적으로 포함될 수 있다. 그러나 외국인 대상의 한국어 교육은 구어적인 측면이 많이 포함되어 있어서 한글문화로 보기 힘들다.
- 한글 교육은, 문자 교육보다는 한글에 대한 지식 차원에서 한글문화에 포함시킬 수 있다.
- 한글문화란 한국어 문화의 부분이다. 예를 들어 찌아찌아족에서 한글을 쓴 것은 한글문화라고 하기 어렵다. 그 문화의 주체가 우리가 아니므로. 반면에 고려인 후손 등이 외국에서 쓰는 한글은 한글문화에 속한다.
- 한글 창제 이전의 문자생활은 그 자체로는 한글문화가 아니지만, 한국어를 적기 위해 어떤 노력을 했고 한글이 어떤 배경에서 나오게 되었는지를 알려준다는 점에서 한글박물관에서 다룰 수 있다고 생각한다.

#### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 표기법이 가장 대중적이고 중요하다고 본다. 표기법의 변천이라든가 역사도 한글문화에서 중요하다(예컨대 합용병서의 변화 등). 이 같은 변천을 인식의 차이로 볼 수도 있지만, 표기에 구현되어 시각적인 차이를 보이므로 상당히 비중이 크다고 생각한다. 요즘 나타나는 비슷한 변화의 예로는 ‘-발/빨’을 들 수 있다. 원래는 ‘-발’(약발)이던 것이 새로 만들어진 어휘에서는 ‘-빨’(운빨)로 표기되는데, 이런 변화를 주목할 필요가 있다.

### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

역시 표기법 문제가 앞으로도 더 중요해질 것이다. 아직 해결되지 못한 표기법의 문제(예컨대 ‘바뀌어’, ‘사귀어’의 줄임말 표기 등)가 있고 사람들이 보이는 태도가 다르다. 규범이 꼭 따라가야 한다는 말은 아니고, 어쨌든 표기하지 못하는 소리가 있다는 것은 과제이다.

### 4) 미래에 추가될 한글문화의 구성 요소

- 초성체 등 SNS상에서 사용하는 표현/표기, 즉 구어도 아니고 문어도 아닌 한글의 양상.
- 이들 유형에 대한 해석이나 실제 의사소통 상황에서 그것들이 갖는 효과, 또 그로 인해 발생할 수 있는 문제 등에 대해서도 생각해 보아야 할 것 같다. 예를 들어 감정을 나타내기 위해 쓰는 것, 금치어를 피하기 위해 쓰는 것, 귀찮아서 줄여 쓰는 것 등등 ‘의사소통 상황에서의 문화’로 바라볼 수도 있겠다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 청소년이나 2, 30대인 젊은 세대. 이들이 역시 표기법의 변화를 주도해 나가는 세대이다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 알아들을 수 없는 외계어 등 심한 한글파괴에 대해서는 의사소통의 장애가 되므로 자제해야 한다고 생각한다. 하지만 약간 변형하는 정도는 언어적인 감각이 발휘되는 부분으로 볼 수 있다. 그대로 수용하기는 어렵다 하더라도, 그렇게 촉발된 언어 감각을 긍정적으로 이끌어 줄 여지는 있다고 생각한다.
- 한글 표기에 대해 어떤 고집을 보이는 모습(예컨대 ‘바뀌어’의 줄임말 표기가 없으니 ‘바꾸ㄷ’로 쓴다든가 하는)은 긍정적으로 보인다. 자기 생각을 갖고 그것을 관철시키려는 것이니까.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 한글은 모아쓰기를 한다는 점이 매력적으로 보일 것 같다. 다른 언어와 다른 점이고 문화적인 특성을 나타낼 수 있는 요소가 된다. 예컨대 초성자만 쓸 수 있는 것도 모아쓰기를 하기 때문에 가능한 것이다. 또 시각적으로도 정방형 네모 형태이므로 외국인들에게는 특색 있게 보일 것 같다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 역사적인 부분과 현대적인 부분, 두 가지를 조화롭게 할 필요가 있다. 역사적인 부분이 라면 유물이나 문헌 등을 수집, 정리하는 일 외에 한글에 대해 잘못 알려진 사실을 바로잡는 일도 필요하다. 한글 창제 관련 역사적 배경과 사실을 제대로 알리는 일을 한글 박물관이 해야 한다고 생각한다. 현대적인 부분에서는 디자인 같은 것을 연구하고 그 결과물을 대중들에게 쉽게 전달하는 역할까지 했으면 좋겠다.
- 의사소통 장면에서 보이는 모습이나 정책적이고 규범적인 부분은 국어원에서 맡고, 한글박물관은 한글에 관한 문화적인 부분을 맡아 연구, 수집하고 대중화해서 제시하는 역할을 하는 게 맞을 것 같다.
- 세계문자박물관에서 한글을 다룬다면 문화적인 측면보다도 문자로서 다른 문자들과 동등하게 한글을 취급하게 될 테니까 한글박물관에서 다루는 것과는 방법이나 범위 등이 다를 것 같다.

### 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 일단 음성은 한글문화에서 제외해야 할 것 같다.

### 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어린이: 한글에 대한 관심과 흥미를 유발하는 것. 한글이 가진 다양한 면을 익숙하고 친숙하게 받아들이게 해 주면 좋겠다.
- 청소년: 교육과정에서 한글에 대한 내용을 다루므로, 청소년들 수준에 맞게 한글에 대한 역사라든지 한글에 대한 지식을 바르게 갖도록 해 주면 좋겠다. 글꼴, 디자인 같은 문화적인 내용도 일부 포함할 수 있겠다.
- 성인: 한글에 대해 올바른 지식을 알려주어야 하는 것은 성인도 마찬가지인데, 특히 예전에 잘못 배웠거나 잘못 알고 있는 것을 바로잡아 주어야 한다. 또한 성인은 폭넓게, 글꼴이나 디자인 등을 포함해 더욱 문화적인 부분까지도 다룰 수 있을 것 같다.

### \* 추가 의견

- 추가해서 한글박물관에서 잘못된 전문 지식을 바로잡는 일도 좀 더 적극적으로 해 주었으면 좋겠다.

## 〈전문가4〉

답변자: ○○○ (계명대학교 교양교육대학 교수)

일시: 2018. 10. 19. (금) 오전 10:00 ~ 11:20

장소: 계명대학교 성서캠퍼스 교수연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 한글박물관은 방문한 적이 없지만, 과거 디지털한글박물관을 많이 이용했다.
- 세부 전공은 국어학 중에서도 사회언어학.

### 1. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소

- 문화라고 할 때에는 가능한 모든 걸 아우르는 게 좋다고 생각한다. 인간이 하는 행동을 모두 문화라고 하면, 범위의 문제라기보다는 오히려 체계(혹은 계층)가 문제일 것이다.
- 한글문화란 한글로 생성, 전달되고 통용되는 건데, 생산 주체와 소비 주체와 소비 대상까지를 다 아우르는 문화를 말한다고 생각한다. 그 문화의 미디어가 한글인 것이다. 한글에서 자극을 받았거나, 한글이 매개가 되거나, 한글을 지향하는 것.

#### 2) 앞으로 더 중요해질 한글문화의 구성 요소

- 한글문화라고 하면, 일단 ‘시각 문화’를 떠올린다.
- 계층마다 한글을 대했을 때 받는 자극은 다르겠지만, 어쨌든 구경이란 뭘 보아야 하는 거니까 ‘봄’에 우선 집중해야 한다. 지금은 한글의 시각 문화가 별로 없는 것 같다.
- 앞으로 개발해야 하는 분야라면, 캘리그래피가 됐건, 활판 인쇄처럼 눌러서 한 것이건, 한국어를 모르는 외국인이 트위터에 올리는 한글 문장이 됐건, 자극이 될 수 있는 것(불거리)에 대한 고민을 많이 해야 할 것 같다.
- 한글을 소재로 한 장식 미술(포스터, 그림 등)이나 3D 프린터를 이용한 한글 조형물 등 한글을 가지고 노는 활동들이 많아질 것이다.
- ‘봄’이 결합된 다양한 예술 양식을 생각해 볼 수 있다. 이미 한글 무용도 있었고, 조형도 있었고 그걸로 디자인도 했다. 서예전이든 서예 퍼포먼스도 좋고 뮤지컬도 할 수 있다. 일단 대중들이 준비 없이도 볼 수 있는 시각적 자극이 중요할 것이다.

## 2. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 시각 전문가들.
- 요즘은 생산자와 창조자가 구분되지 않으니, 대학생 공모전 같은 것도 할 수 있다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 캘리그래피 책이 많이 팔렸다. 글씨에 관심이 많다. 역시 시각 예술이 중요해 보인다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 외국인들에게는 일단 가르쳐야 한다. 한글의 원리를 알려주면 오히려 잘 이해한다. 외국인들에게는 외국 문자로 접근해야 하고(뇌), 일반 시민들은 ‘눈’으로 접근해야 한다. 외국인들에게 어떻게 매력적으로 호소할지는 잘 모르겠다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할: 주요 사업

- 한글박물관의 1년 치 기획을 짚다고 할 때, 목적이 무엇이나에 따라 달라질 것이다. 방문자가 많은 게 중요하다면 유명 인사의 강좌를 열 수도 있고, 반복해서 오도록 하는 게 목적이라고 하면 교육 프로그램이 가장 좋다. ‘자극’은 공공의 영역은 아니지만, 사람들을 많이 불러 모으려고 한다면 꼭 필요하다. 예를 들어 계명대학교 박물관에서 대영박물관 기획전을 했는데, 그걸 통해서 계명대에 박물관이 있다는 것을 널리 알릴 수 있었다.
- 문화를 향유한다는 건 교육의 힘이라고 생각한다. 이런저런 것들을 자유롭게 해 볼 수 있는, 평생 교육이 가능한 배움의 장이 된다면 한글박물관이 오래 지속할 수 있을 것이다. 그런데 다른 박물관들에 비해 한글은 대중성(대중적 매력도)이 떨어지므로 사람을 끌려면 대중성을 높여야 하는데, 또한 전문성도 높여야 하니까 어려운 것 같다.
- 근본은, 한국어를 표기하는 문자(한글)와 한국어에 대해 한국어 사용자들이 알고 사용하기를 바라고 때문에 한글박물관이 존재한다고 본다.
- 가짜 한글문화 또는 아주 부정적인 것을 걷어내는 것도 한글박물관의 역할이라고 본다.

### 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 역시 문자 문화에 집중해야 한다고 본다.

### 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어쨌든 사람이 많이 방문하도록 하는 것이 중요하다. 한글 박물관에 충성도 높은, 재방문객을 늘리는 방향이어야 한다. 궁극적인 목표는 물론 교육이다.
- 전문가가 아닌 시민 대상이라면, 전문적인 내용이라 하더라도 반드시 스토리텔링이 연계되어야 한다.
- 방법면에서는, 전시나 교육 프로그램을 직접 할 수도 있지만, 아웃소싱으로 하거나 대관을 할 수도 있다. 예를 들어 한글 조형물을 레고 작품으로 주문할 수도, 공모를 할 수도 있다.
- 비전문가 또는 각급 학생들을 대상으로 한 한글 시각 공모전을 비수기 때 연다면 또 그에 맞는 방문객들이 찾아올 것이고, 1년 내내 뭔가 돌아가고 있다는 느낌을 줄 수 있다.
- 한글박물관의 주된 관람객으로는 2,30대 젊은이들이 많이 올 수 있게 하는 게 좋다. 한글 산업을 육성하겠다면 그들이, 당장은 아니지만 소비 주체로 성장할 세대이기 때문이다.
- 50~60대가 대상이라면 빈부격차가 심하니 그에 맞추어서 기획을 해야 한다. 예컨대 동호회 수준의 서예전을 유치할 수도 있고 문해교육 기관과 연계해 할머니들이 올 수 있는 전시도 할 수 있다.
- 1년 내내 실험적인 시도를 할 수는 없겠지만, 한 시기를 잡아서 방문객을 확 늘릴 수 있는 일을 할 수 있지 않을까. 아주 자극적인 예로는 타투이스트를 부를 수도 있고(불법이지만).
- 한글박물관에 마케팅 전문가가 필요하다고 생각한다.
- 전공자(학생)를 대상으로 한 자료 서비스도 중요한데, 소규모 세미나 등을 역시 콘텐츠 아웃소싱 방식(입찰)으로 열 수도 있다.



## 〈전문가5〉

답변자: ○○○ (대진대학교 교수/글쓰기센터)

일시: 2018. 11. 9. (금) 오후 2:00 ~ 2:45

장소: 대진대학교 글쓰기센터

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 방문한 적 있다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 한글문화라는 용어는 많이 접했다. 크게 보면 한글을 매개로 한 일체의 지적, 물질적 산물로 정의할 수 있다. 단, 우리 사회 전체가 공유할 수도 있고, 경우에 따라서 일부 집단(청소년 집단 등)만 공유할 수도 있다.
- 글쓰기 양식이 중요한 세부 요소일 것이고, 문학이나 번역은 글자보다는 언어의 문제이기 때문에 한글문화에 포함하기 힘들다. 한편으로는 한글이 한국어에 대해 다시 생각해 볼 수 있는 계기를 마련해 주기도 한다(한글문화라는 말을 들으면, 한글과 한국어를 구분해서 생각해 볼 수 있다).

#### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 한글을 실제로 사용하는 것이 중요하다. 따라서 글쓰기 양식이 범용적으로 가장 관련이 높다고 본다.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 아무래도 IT와 관련된 것들이 점점 더 중요해질 것이다. 한글의 디지털화, 예컨대 한글의 구현 방식이 달라진다고 하는 것을 생각해 볼 수 있다.

### 다. 한글문화의 창조 주체

#### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 한글문화를 활동적으로 만들어 내는 창조 주체라면 청소년 세대를 들 수 있겠다. 변화를 추구하는 세대이기도 하고, 컴퓨터와 친숙한 세대이기 때문에 가장 주축이 될 것이다.



- 그 외에는 상업적인 영역에서, 한글을 이용해 디자인을 하거나 간판을 만드는 사람들, 폰트 개발자 등 경제 활동의 대상으로 한글을 활용하는 사람들이 있다.

## 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 흔히 말하는 한글 파괴 현상에 대해서는 요즘 나타나는 것들이 사실 새로운 것은 아니라고 생각한다. 한글의 역사적 과정에서 늘 있어 오던 것이고, 당대에 가장 활성화된 매체를 통해 유행하는 것일 뿐이다.
- 요즘 청소년들이 많이 쓰는 인터넷 통신 언어도 유행에 따라 계속 변화하고 있다. 90년대, 2000년대, 2010년대의 방식이 다르다. 그러나 이런 것들이 언어생활에 해가 되는 방향으로 정착된다고는 보지 않는다. 의사소통에 크게 피해를 줄 정도가 되면 또 적절히 자정이 되는 것 같다. 일종의 언어 유희로서, 계속 새로운 변화를 시도하고 있을 뿐이다. 과거에 전형적으로 써 왔던 데서 좀 벗어나면 호기심의 대상이 되고 주목을 끌지만, 그게 대중화되면 다시 또 사그라들곤 했다.

## 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 문화라는 측면에서는 사실 문자가 뭔가를 먼저 할 수는 없을 것이다. 한국문화에 매력을 느끼기 때문에 한국에 대해서 더 알고 싶어서 문자를 배우는 것일 텐데, 잘못 접근하는 경우도 있다. 한글의 우수성을 너무 강조하다가 보니까 한글을 먼저 내세우는 것이다. 세계에는 다른 재미있는 문자도 많다. 문자를 통해 문화에 접근하는 것은 아니다. 문화에 관심을 가지면 그 나라 언어에도 관심을 갖게 되고, 그런 다음에 문자를 습득하려는 마음이 뒤따를 것이다. 따라서 대중문화가 더 우선이다.
- 외국인에게 한글이 문자로 이해되지 않더라도, 시각적으로 호기심의 대상이 될 수 있다고 생각한다. 보이는 이미지로서, 이국적인 느낌을 주는 것일 수도 있다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 자료 수집과 전시라는 본연의 기능 외에 덧붙이자면, 한글이라는 문자의 특수성과 한국 사람만 쓴다는 특수성을 고려할 때, 바른 문자생활을 위한 교육 같은 것을 수행할 수 있을 것이다. 한글박물관과 국어원의 역할이 겹쳐지는 지점이 있을 수도 있는데, 국어원은 좀 더 정책적인 쪽과 언어(말)에 집중하고 한글박물관은 문자 쪽과 문화적인 쪽에 치중할 수 있지 않을까.
- 세계문자박물관이 생긴다고는 하지만, 그보다는 한글박물관에 세계 문자에 대한 자료가 들어오는 게 더 낫다고 생각한다.

## 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 방언 등 음성 자료는, 국어원과 역할 분담을 한다면, 국어원 쪽에 더 맞다고 생각한다. 한글박물관은 철저하게 문자 쪽으로 집중하는 게 두 기관 간의 역할을 분명히 구분 짓게 해 줄 것 같다. 한글박물관이 여유가 있다면 음성 자료를 포함할 수도 있겠지만.

## 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어린이: 한글의 우수성에 대한 자긍심을 키워 주는 것. 간단한 조합 원리를 이해할 수 있게 해 주면 된다.
- 청소년: 한글의 구성에 대해 좀 자세히 알았으면 좋겠다. 구체적으로 한글의 원리에 대한 이해를 박물관을 통해 할 수 있다. 청소년이 박물관의 주 타깃일 것 같다.
- 외국인: 한글을 소개하는 것. 그리고 한국이 일찍이 고도의 정신문화를 갖고 있었다는 것을 알려주는 공간이 되었으면 한다.
- 어느 대상이든 콘텐츠가 다양해지고 재미있어야 한다. 충주에 개인이 하는 한글박물관이 있는데, 한글이 적혀 있는 갖가지 소품들을 모아서 전시해 둔 곳이다. 문화재, 골동품의 가치가 있는 물건들은 아니지만 보는 재미가 있다.
- 한글박물관 홍보가 너무 안 되어 있어서 일단은 다양한 방법으로 알리는 일이 중요할 것 같다.

## 〈전문가6〉

답변자: ○○○ (서울시립대학교 국어국문학과 교수)

일시: 2018. 11. 6. (화) 오후 3:00 ~ 4:00

장소: 서울시립대학교 교수연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 방문한 적 있다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 한글문화와 대비되는 건, 예를 들어 로마자 문화 등이 있을 것이다. 즉 한글이라는 문자로 이루어지는 것이 중요하므로 글쓰기 양식과 한글 글꼴, 디자인 등이 중요한 요소가 된다.
- 그런데 한글로 쓰이지 않아도 한국문화일 수는 있으니까 한글문화로 아주 적절한 것 같지는 않다. 번역이나 한글창제 이전의 문자생활도 한글문화를 보여주는 것이라고는 보지 않는다.

#### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 말과 글 중에서 현대 사회에서는 말보다도 글로 표현하는 것의 비중이 커졌다고 생각한다. 영상시대에 맞춰 그렇게 가고 있다. 한마디로 우리 사회를 전체적으로 지배하는 건 글이다. 따라서 글꼴이 중요하다고 본다. 그런데 인쇄체보다도 특히 손글씨를 보면서 사람들은 텍스트 그 자체로는 표현되지 않는 뉘앙스를 느낀다. 요즈음은 손글씨 쓸 일이 많지 않지만, 글자체가 많이 개발되면서 글꼴이 일종의 이모티콘 역할도 하는 것 같다. 한글을 산업에서, 또 상업적으로 이용하는 것(한글 디자인)도 사실은 폰트 개발과 맥을 같이하는 거라고 본다.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 우리 언어생활에 이미 외래어가 많이 들어와 있고, 앞으로 더 늘어날 거라고 생각한다. 간판이나 메뉴 같은 것을 보면 알파벳이나 일본어 히라가나, 가타가나를 그대로 쓰고 있다. 선진 문물이라 생각해서건 미지의 낯선 것이어서 신비로워 보여서든, 선망의 대상으로 보는 시선이 있다. 그런 문자들과 한글이 어떻게 잘 어울리게 쓰일 수 있을까 하는 것도 시도해 볼 만하고, 주요한 한글문화 요소가 될 수 있을 것 같다. 한편으로는 이런 시도가 한글의 글꼴을 좀 더 다양하게 개발하는 일에 촉매제 역할을 할 수도 있을

것이다. 로마자로 표기하기는 하지만 방탄소년단이 BTS인 것도, 소년을 Boy로 번역하지 않고, 변화의 모습이라고 생각한다.

- 과거에는 한글이 한자와 어울리는 관계였지만, 한글의 모아쓰기도 한자의 영향이고, 로마자나 일본어 문자하고도 그런 시도를 할 수 있겠다(실제로 요즘 젊은이들은 그런 시도를 하는 것 같다). 결국 디자인적으로 잘 어울려야겠지만, 언어 간 활발한 접촉이 있는 세계화의 흐름 속에서 살고 있다는 것을 드러낸다고 본다. 이렇게 쓰다 보면 다른 문자와 비교가 되니까, 오히려 한글의 우수성이 더 잘 드러날 수도 있다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 글꼴 개발을 하거나 한글을 이용해 디자인을 하는 사람들. 그러나 그 사람들이 혼자 고안해 낸다기보다는 일반 언중들이 인터넷이나 SNS에서 만들어 쓰는 것을 보면서 아이디어를 얻을 수 있다고 생각한다. 디자이너는 아니더라도 문자 이미지에 예민한 국어 전문가가 있을 수도 있다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 한글 변형을 부정적으로 볼 게 아니라 왜 그런 현상이 일어나는지 들여다보고, 오히려 좀 더 멋있게 잘할 수 있는 장치를 마련해 줄 수도 있다고 생각한다. 누군가가 제한된 SNS에서 쓰고 있는 것을 개발자나 국어학자들이 도와서 더 잘할 수 있게 해 주는 장을 만들 수도 있고.
- 한글 사용, 언어생활에 대해 의식적으로 생각해 보는, 즉 메타적 사고를 해 볼 수 있게 이끌어 주는 교육이 필요하다. 어떤 표현을 쓸 때, “왜 이런 표현을 쓸까?” 하고 생각해 보는 것도 중요하다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 사실 국가의 경제력이 약하면 한글문화를 알리기 건 힘들다. K-Pop 등 한류가 한글에 관심을 갖게 만드는 좋은 계기가 될 거라고 생각한다. 한글을 ‘수출한다’는 관점에서 보고 할 일은 아니다(찌아찌아족 사례). 그런 일은 그 지역 언어체계가 한글과 맞아떨어질 수 있다. 한글이라는 문자의 우수성을 무조건적으로 내세우는 것도 적절치 않다.
- 이렇게 보면 한글문화는 한국문화와 결합되어 있다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 일반 국민들의 언어의식을 고양하는 데에 존재만으로도 큰 역할을 한다고 생각한다. 한글박물관이 있어서, 우리가 쓰는 한국어를 외형적으로 드러내는, 문자로서의 한글에 대해 의식하게 된다고 생각한다.
- 한글의 우수성에 대해 제대로 알게 해 주는 교육도 필요하다. 그러려면 다른 문자와 비교도 필요하다. 한글박물관에서 그러한 전시, 프로그램 등을 할 수도 있겠다.

### 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 언어박물관 같은 게 있어서, 방언권 문화를 보여주는 것도 중요하다. 옛 한글도 눈으로 읽어서는 모르더라도 소리로 들으면 좀 더 쉽게 이해된다. 구어와 문어는 이처럼 다른 측면이 있다. 한글박물관은 문자에 기반하지만 문자에 대응하는 구어도 존재하므로, 시각적인 것과 청각적인 것을 한글박물관에서 다 잘 다루었으면 좋겠다.

### 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어린이, 청소년이 많이 오면 좋겠다. 그다음으로는 한국문화에 관심이 있는 외국인들이 많이 와서, 확실히 고유 문자를 쓰는 나라라 이런 박물관이 있구나 하는 걸 알았으면 좋겠다. 그냥 박제된 박물관이 아니라 애들도 와서 자유롭게 놀기도 하고, 한국인의 삶에 한글이 이만큼 가깝구나 하는 것을 상징적으로 보여 줄 수 있으면 좋겠다.

## 〈전문가7〉

답변자: ○○○ (단국대학교 외국어대학 영어과 교수)

일시: 2018. 10. 16. (화) 오전 11:00 ~ 12:00

장소: 단국대학교 천안캠퍼스 교수연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 방문한 적 없다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 대표적인 것

- 문학이나 한글에 대한 학문적 연구, 한글로 쓰인 책, 대중가요나 교육 등이 포함될 것 같다. 또한 신문, 잡지, 인터넷 등 언론 매체의 한글이 현재 우리가 가장 많이 접하는 한글문화라고 생각한다.
- 문자, 음성의 관계를 본다면, 한글문화에는 한국어문화의 내용도 들어 있다고 생각한다.
- 시대적으로는 현재에 이르기까지의 변화와 관련이 깊은 근현대가 중심이 될 것이다. 사람들의 관심도 그 시기에 더 많다고 생각한다. 가까운 과거이니까.
- 또한 지역적으로는 한글문화가 한국 내로 국한되는 문화라고 보지는 않는다. 외국에서 한국어를 배우는 사람도 많고 점점 확대되어 나가는 추세이므로.
- 구어 중에서도 문자로 정착된 것은 ‘표준방언’이라 할 수 있다. 표준어라는 것은 현세적인 힘과 권력을 가진 사람들의 언어이다. 한글문화란 글자로 정착된 것이므로 아무래도 그쪽과 가까울 것 같다.

#### 2) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- SNS 언어, 웹 언어 등, 포괄해서 전자통신 언어 또는 인터넷 언어(Internet Linguistics)가 점점 더 중요해지고 있다. 인터넷이 생긴 이후 지금 SNS에 이르기까지를 ‘언어 혁명’이라고 말하는 언어학자도 있다. 이런 전자통신 언어는 기본적으로 문어이지만 구어에도 많이 침투한다. 그런 관점에서 이런 언어들의 영향력이 더 커질 거라고 본다. 특히 휴대 전화가 일상이 되면서 이전에 비해 전자통신 언어를 많이 쓰고 있고, 일반인들이 예전과 다른 형식이지만, 글을 더 많이 읽게 되었고 아주 일상적으로 글을 쓰게 되었다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 한마디로 언중들이다. 표준어도 언중들이 쓰는 것을 어떤 기관들에서 끝끝내 규제할 수 없지 않은가. 언어는 늘 변화하는 것이다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 구어의 측면이라면 공연이나 종교 행사, 법정 등을 떠올릴 수 있지만, 글자로 봤을 때는 곧바로 떠오르는 게 없다. 채팅 장면이나 인터넷 사이트 같은 것을 예로 들 수 있을까? 책 전시회도 한글문화의 현장이라고 할 수 있겠다.
- 한글문화가 지역적으로 한국에 국한되지는 않을 것이다. 교포들과 한국, 한국어에 관심 있는 외국인들도 포함할 수 있다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 한글의 우수성(과학성, 체계성)과 만들어진 동기, 철학적 배경을 알려주면 좋겠다.
- 영어나 다른 문자와 비교해서 이야기할 수 있다(예: 철자와 발음의 문제). 이런 점에서 한글박물관에 다른 문자 자료가 부분적으로 포함될 수 있다고 본다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 규준을 잡는 게 일단은 한글박물관의 중요한 기능일 것 같다.
- 여기에서 좀 더 범위를 넓혀서, 한글박물관이 현재 일어나고 있는 다양한 변이성을 기록하고 수집하는 역할도 했으면 한다. 방언을 예로 들자면, 지역 방언도 있지만 그 안에서 또 작은 집단에 따라 다른 표현들을 쓰는 게 있고, ‘개인어’라는 것처럼 사람마다 다를 수도 있다. 이런 시각들을 참고할 필요가 있다. 이런 것들이 모이면 국어원 등 표준을 정하는 기관들에서 참고로 삼을 수 있을 것이다.
- 요컨대, 일부분일지라도 언어의 실상을 제대로 보여 주는 일에 한글박물관이 기여하면 좋겠다.
- 이런 과정들을 통해 미래 한글의 모습도 예측해 볼 수도 있지 않을까. 요컨대 한글박물관의 사회적인 기능은 다양한 변화가 일어나고 있는 언어의 실상을 보여 주는 것이라고 생각한다.

## 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 전자통신언어는 기본적으로 문어이지만(문어로 표현되지만) 구어에도 많이 침투해서 일상 언어로 다시 사용하기도 한다. 구어가 포함된다면 박물관의 자료가 훨씬 많아질 것이다. 방언을 녹음한 자료라든지 유명인들의 발언 같은 것들. 예를 들어 대통령 토론 장면을 보여 준다든지 하면 재미있게 볼 수 있지 않을까. 관람객에게는 오히려 구어 자료가 더 일차적으로 와 닿을 것 같다.

## 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 주요 관람자는 학생들(단체 관람)일 거라고 생각한다. 그리고 한국어에 관심이 많은 외국인들도 좀 올 테고. 학생들이 대상이라면 교육의 기능도 중요할 것 같다.
- 문학 텍스트와 관련한 전시도 생각해 볼 수 있다. 문학관이나 향토문학 전시 등에서 하는 것과 비슷할 수는 있지만, 한글박물관에서 하는 것도 의미 있다고 본다.



## 〈전문가8〉

답변자: ○○○ (한국방송통신대학교 불어불문학과 교수)

일시: 2018. 11. 14. (수) 오전 11:00 ~ 오후 12:00

장소: 한국방송통신대학교 교수연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 방문한 적 있다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 문자로서의 한글, 즉 글쓰기 양식, 글꼴, 한글 디자인, 문자로서의 한글 교육을 한글문화의 세부 요소라 할 수 있다.
- 한국문화이나 번역은 언어적인 측면이 강한 것이어서 부분적으로만 포함될 것이다. 한글 창제 이전의 문자생활도 역사적 맥락을 이해할 수 있게 해 주는 보조적인 역할 정도라고 본다.
- 한글문화는 한국문화와 많이 겹치기는 하지만 완전히 포함되는 건 아니다. 언어가 달라도(찌아찌아족의 예) 한글문화가 될 수 있다.

#### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 한글문화에서 중요한 것은 한글이 쓰여 있는 매체(예컨대 병풍, 부채 등), 즉 한글을 서포트하는 물건들의 전시가 중요하다고 생각한다. 생활문화라고도 볼 수 있는데, 과자 패키지라거나 배달의민족체가 쓰인 전단지 등 다양한 매체를 전시해도 재미있을 것 같다.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 디지털상에서 파괴된 한글이 재미있는 것 같다. 그리고 유명인들의 필체나 필사본 등에 대한 관심이 좀 더 있었으면 한다. 예컨대 육필 원고나 대통령의 서명 같은. 이런 손글씨들이 시대를 살았던 사람들의 흔적이라고 생각하기 때문에 가치를 부여할 수 있을 거라고 본다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 규범을 파괴하면서 창의적으로 만들어 내는 사람은 역시 학생들이다. 덩벳기호라든가 초성체, 초중중성을 헤쳐 쓰는 등 다양한 것들을 만들어 쓴다. 이런 것을 만들어 내는 이유도 여러 가지다. 검색어를 피하기 위해서거나 부가적인 의미를 주기 위해서이기도 하고.
- 직업군으로는 디자이너나 광고, 마케팅 쪽 사람들이 주도하는 것 같다. 타이포그래피가 대표적이다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 위에서 말한 것들을 방송이나, 어른들도 받아서 쓴다. 예능 프로그램 같은 데서 자막으로도 많이 사용하고, 한편으로는 모바일을 이용한 시청이 많기 때문에 오히려 음성을 보완하거나 대신해 줄 수 있는 문자가 더욱 필요하게 된 측면도 있다.
- 일상생활에서는 타이포그래피에 대한 관심이 많은 것 같다. 간판이나 명함을 만들 때에도 글자체에 예민하게 반응하고, 글자체에 따라서 말투(지위, 인식 등)가 들리기도 한다.
- 음성과 문자의 중간 매개로 이모티콘을 많이 사용하는 것 같다. 문자로만 한다면 부연 설명이 많이 필요한데, 이모티콘으로 간단히 표현하는 것이다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 우선 한글의 매력으로는, 소리글자여서 금방 배울 수 있다는 점을 들 수 있다. 그리고 그래픽 측면에서 한자처럼 네모난 형태를 갖추고 있는 게 특징이다. 이미지적인 요소와 소리 요소를 함께 가지고 있는, 세계 어디에도 없는 문자다.
- 한글문화의 매력은, 한류(한국 대중문화)의 매력에서 온다고 보아야 한다. 한국 드라마, 예능을 보기 위해, 혹은 보느라 한글을 접하게 되니까. 그리고 한국문화를 더 잘 이해할 수 있게 해 주는 열쇠이기도 한다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 한글박물관과 세계문자박물관의 역할을 같이 생각할 수밖에 없는데, 한글박물관은 한글 유물 또는 역대 한글문화를 수집, 정리하는 일이 가장 중요하다고 생각한다. 우리 문화유산으로서의 한글의 의의와 중요성을 알리는 일은 세계문자박물관이 할 일일 것 같다.
- 그런데 한글을 중심으로 좀 더 총체적인 역할을 담당해도 좋을 것 같다. 한글박물관이 한국어박물관의 기능도 할 수 있게 확장한다면, 세계문자박물관과도 더 차별화할 수 있

을 거라고 생각한다. 세계문자박물관 역시 건립 목적을 세계 문자를 같이 전시해서 한글의 우수성을 돋보이게 하는 거라고 말한다(역시 한글이 주인공). 그런데 진행되는 걸 보면, 그곳은 한편으로는 테마파크의 성격이 강한 것 같다.

## 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 한글박물관이 자기 영역을 확장해 나간다면 음성 언어도 충분히 포괄해야 한다고 생각한다.

## 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어린이를 위한 교육 프로그램은 꽤 호평을 받고 있는 것 같다. 미취학 아동은 한글박물관에서 할 게 많은데, 성인이나 청소년들로서는 재미가 좀 떨어진다. 청소년들도 참여해서 할 수 있는 활동을 재미있어 할 것 같다. 예컨대 암호 문자 만들기 같은.
- 그런데 어린이, 청소년 교육에서 다른 문자의 원리는 얘기해 주지 않고 계속해서 한글, 한글에만 집중을 한다는 느낌을 받았다. 예를 들어 상형문자나 표음문자를 만들어 보는 활동을 통해 원리를 파악하게 한다든가 해서 한글을 오히려 더 잘 알게 해 주는 교육이 필요하다.
- 성인을 대상으로 할 때에도 역시 재미있는 활동이 있으면 좋겠다. 캘리그래피나 간판 써 보기, 명함 만들기 등을 생각해 볼 수 있다. 수준을 달리 해서 타이포그래피의 원리 라든가 세계문자학 연구 발표 같은 것도 할 수 있지 않을까.
- 박물관이 활성화하려면 성인들이 많이 와야 하고 재방문이 많아야 하는데, 그러기에는 역시 강좌가 가장 쉽게 떠오른다.
- 외국인 대상이라면 옆의 중앙박물관과는 다르게, 약간은 가볍게 와서 한글로 자기 이름 쓰기를 한다든가, 대표적인 활동이 있으면 좋겠다.
- 홍보를 위해 한글 디자인 패션쇼 같은 것도 할 수 있고, 기업 CI나 BI 폰트전을 할 수도 있겠다. 일단은 사람들이 찾아오게 만드는 게 필요하다.

## 〈전문가9〉

답변자: ○○○ (한국문화관광연구원, 문화인류학 박사)

일시: 2018. 10. 17. (수) 오후 3:00 ~ 4:00

장소: 한국문화관광연구원 연구위원실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 문화정책을 하는 사람으로서 ‘한글문화’라는 말에 개인적으로 매우 익숙하다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 강조점

- 한글문화 하면 가장 먼저 한글을 이용한 디자인이 떠오른다. 그리고 한글의 우수성, 특히 IT에 가장 적합한 문자라는 특성.
- 단순한 글쓰기에서 문학, 교육 등 한글문화와 관련이 없는 것은 없겠지만, 1단계가 글자, 2단계가 언어, 3단계가 문화라고 보는데, 결국 세 번째 단계가 한글문화에서 가장 중요하다. 한글이 처음 창제되었을 때 양반들은 쓰지 않았다. 문화의 관점에서 당시 한글은 기층문화를 대변하는 것이었다. 한글문화란 자모음 철자가 아니라, 삶과의 관련성이다.
- 한글을 이용한 예술적 창조물이 중요하다. 예컨대, 디자인이나 글꼴, 서예, IT 자판 등등.

#### 2) 한글문화의 범위에 포함되는 않는 것

- 우리 사회 글쓰기 양식에 대해서 말하자면, 그것은 글자를 아는 차원보다는 사고의 영역이 훨씬 중요하다. 굳이 따지자면 한글문화로서는 중요도가 떨어진다고 본다.
- 외국인이 쓰는 한글을 한글문화로 볼 수는 없을 것이다. 한국 사람이 쓰는 한글은, 한글문화 또는 한국문화라고 하는 문화적 맥락에서 한글을 쓰기 때문에 한글문화라 한다. 프랑스 학생이 한글을 배워서 한글을 쓴다면 그걸 한글문화의 표현으로 보기는 어려울 것이다. 프랑스(문화)의 맥락에서 한글문화가 표현되는 방식이라고 의미를 부여할 수는 있겠지만.

### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 정책 연구 기관에서 일을 하고 있기 때문에, 정부에서 주로 관여해야 할 부분이라면 3단계의 문화라고 생각한다. 개인이나 민간 차원에서 하기 힘들 거라고 보기 때문이다.
- 생활 속에서 한글이 이용되는 측면이 앞으로 더욱 중요해질 거라고 생각한다.
- 또한 SNS의 발달로 소통의 도구로서의 측면도 중요해질 것이다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 이상봉 등 패션 디자이너, BTS 같은 K-pop 가수들을 들 수 있다. 특히 서태지의 랩은 한글(한국어)의 언어적 특성을 최대한 살린 새로운 스타일(높낮이가 별로 없는 한국어 특성대로 말하듯이 하는 랩)이었다고 생각한다. 그 외 광고 등도 생각해 볼 수 있다. 상품에 한글을 쓰는 데서 끝나지 않고, 다양한 매체와 연결되어 가치가 더욱 확대될 여지가 있다. 요컨대 시각 예술이든 음악 예술이든, 예술가의 역할이 중요하다. 가구, 건축 디자인도 포함될 테고.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 시민들은 일단, 한글문화의 소비자라고 할 수 있다. 그러나 소비를 하는 것이지만, 자신이 쓰는 언어가 눈에 보이는 형상으로 응용되는 것을 보면서 더욱 쉽게 이해하고 자부심도 느낄 수 있을 것이다. 물론 국가 경쟁력이 뒷받침되기 때문에 가능한 일이다.
- 시민들이 한글의 가치를 더욱 느끼게 된 데에는 IT의 발달도 결정적이다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 한글(한국어)을 배우는 것은 필요 때문이고, 한글문화의 매력을 느끼는 건 다른 문제다.
- 예컨대 공연을 하거나 알릴 때 어딘가에 한글이 표시되도록 하거나, 아예 한글 창제라든가 한글 관련한 이야기를 소재로 공연, 전시를 할 수 있을 것이다. 혹은 ‘한글문화와 여성’을 주제로 역사 뒤집어 보기 같은 것을 해 볼 수도 있다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 한글을 다른 문자와 비교한다거나 한국어에 대한 연구, 문학 등은 그것들이 중심이 되는 다른 영역이 있다고 본다.
- 한글박물관의 역할이라면 문자, 언어의 측면보다는 문화 쪽 비중을 높여야 한다. 방식 또한 영상이나 VR을 활용한다든지, 스마트 박물관이 되어야 한다. 사람들이 한글에 대해 이미 많이 알고 있으므로 그것을 반복하기보다는, 예술이 되거나 미디어아트가 되거나 쌍방향 커뮤니케이션을 해 볼 수 있는 게 필요하다.
- 소통의 도구로서 한글을 생각하면, 세대 간 소통 등에 대해서도 한글박물관에서 할 일이 있을지 모르겠다. 너무 확장되는 것 같긴 하지만...
- 한글박물관이 가만히 기다리기보다는, 예컨대 한글을 이용한 상품 공모전이나 공연 아이디어, 한글 소재 소설 공모, 한글을 활용한 상품 광고 공모 등, 창작의 계기를 마련해 줄 수도 있다. 이런 것들이 모이는 플랫폼 역할을 한글박물관이 해야 한다. 늘 하던 얘기만 하는 화석화된 죽은 박물관은 안 된다.

### 2) 이용자에 따른 운영 목표

- 전 세대를 다 포괄하는 것이 좋지만 현실적으로는 어렵다. 가장 중요한 대상은 2, 30대 젊은 층이다. 젊은 층이 눈높이도 가장 높다. 어린이 박물관은 아니다. 젊은이들이 와서 머무르고 놀 수 있는 곳이 되어야 한다.
- 전문가 강좌 등, 정기적으로 재방문할 수 있는 문화관의 역할도 해야 한다.
- 외국 관광객들이 올 수 있도록, 그 사람들이 원하는 것도 해 주어야 한다. BTS 노래가 나와야 할 수도 있다.
- 전문가들 눈높이에 맞추면 안 된다.

### \* 추가의견\_한글박물관에 바란다

- 운영 시스템과 관련해 민간 전문가들을 적극적으로 활용해 성과를 낼 수 있었으면 한다.
- 한글문화진흥법도 필요하다. 그러면 그 안에 한글문화에 대한 법적 정의도 들어가야 할 테고.
- 회원제로 해서 기금을 마련할 수 있으면 프로그램 운영에도 도움이 될 텐데, 이런 건 아직 힘들 거라고 본다.

## 〈전문가10〉

답변자: ○○○ (순천향대학교 국제문화학과 교수)

일시: 2018. 10. 31. (수) 오후 2:00 ~ 3:00

장소: 순천향대학교 교수연구실

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 문화학을 가르치는 사람이라, 한글문화라는 말에 익숙하다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소

- 실생활과 연결되는 게 중요하다. 예컨대 디자인(패션 등) 같은 것을 들 수 있다. 한글을 학문적으로 접근하기보다는 우리 문화 전체에 녹아 있는, 실생활과 연결되는 것이라고 보아야 한다.
- 한국문화 안에서의 한글, 그 위치가 한글문화를 규정한다고 본다. 한글문화란 한국인의 문자 생활의 전부라고 정의할 수 있다. 외국어 간판조차 포함할 수 있다. 왜 한글을 쓰지 않았을까 하는 질문을 던져 볼 수 있으므로. 한글 창제에 대해서도 우리 언어 체계에 맞는 정확한 글자를 만들어냈다는 데에 초점을 두어야 한다.

#### 2) 한글문화에 포함되지 않는 것

- 한글 교육. 한글 교육은 교육의 영역에 속한다고 본다. 또한 문화가 포괄적인 개념이므로 그 안에 교육 경제 정치 사회가 다 포함되니, 교육을 따로 떼 내어 말할 필요는 없다.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 대중문화 속 한글. 그동안 한글의 학술적 가치, 문학적 가치에 집중했다면 이제 대중적으로 누리는 한글의 모습이 중요하다. 이런 점에 대해서는 아직 제대로 접근하지 못하고 있다.
- 지금은 글로벌 사회이고 대중의 시대이다. 그리고 한글은 대중문화를 이끌어 가는 글자이다. 한글이 우리 속에서 어떻게 활용되고 있고, 어떻게 스며들어 있느냐 하는 것이 한글의 중요한 가치라고 생각한다.
- 앞으로는 디자인 분야에서의 응용, 산업과 연계되는 지점이 더욱 중요해질 거라고 생각



한다. 또한 한글은 소리글자이므로 앞으로 무궁무진하게 활용될 수 있을 것이다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 모든 전문가 직업군에서 나름대로 한글문화를 만들어 낸다고 생각한다. 문화에 이제 더 이상 중심부, 주변부는 없다. 글로벌 문화 시대이고 다양성을 인정하는 시대이다.
- 굳이 든다면, 문학 분야 등 글 쓰는 사람들을 들 수 있고, 만화가, 작사가, 미술가(포스터 제작) 등을 말할 수 있다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 한글로 디자인한 티셔츠를 만들고 입는 것은 아주 좋아 보인다. 디자인 면에서 한글을 많이 활용하면 대중들이 관심을 가질 것이다. 쉽고 즉각적으로 다가오는 것을 제시해야 사람들이 다가오고, 그다음 단계로 더 깊게 들어갈 수 있다.
- TV 방송 자막에서 한글 파괴를 하는 것은 바람직하지 않다고 생각한다. 청소년이나 어린이 집단에서 자기들끼리 소통하는 단어를 만들고 은어를 쓰는 것은 언제나 있어 왔다. 그런데 그걸 공적인 영역에서 그대로 써서는 안 된다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 소리글자라는 점. 한글은 심지어 작가마다 의성어, 의태어를 다르게 쓸 수 있고 새롭게 만들어 낼 수도 있다. 한글의 우수성을 보여 주는 중요한 점이라고 생각한다.
- 그러나 한글의 우수성을 세계적으로 인정받으려고 할 필요는 없다. 우리를 위한 글자이므로 우리가 충분히 활용하고 자신감을 가진다면, 외부에서도 자연스럽게 관심을 가질 것이다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 각 분야별로 한글 관련한 일들을 잘하고 있지만, 특히 네트워킹 면에서는 좀 약하다는 생각이 든다. 세분화해서 연구를 하다 보니 총체적인 의미를 잘 못 보는 것 같다. 그런 점에서 한글박물관이 네트워킹의 허브 역할을 해야 한다.
- 대중문화 속의 한글에 대해 좀 더 신경을 쓸 필요가 있다. 예를 들어 대중가요는 시대를 반영하는 것인데 그동안 소홀히 여겨 왔다고 생각한다. 대중가요, 대중문화 속에서 시대를 담아 낸 한글의 변천을 볼 수 있다. 예를 들어 시대별 간판 전시나 대중가요 노



랫말 특별전 같은 걸 연다면 글자의 변화도 보여 줄 수 있고, 사람들이 재밌게 볼 수 있을 것 같다.

- 박물관의 가장 중요한 기능은 자료 수집이라고 생각한다. 특히 전 세계에 퍼져 있는 한국 사람으로부터 한글의 과거와 현재 모습에 대한 자료를 수집해, 한글이 한국 밖의 다른 지역에서 그 지역문화와 섞이면서 어떻게 변화하고 어떻게 지켜졌는지 보여 주면 좋겠다.

## 2) 음성 언어로서의 한국어, 한글 이전의 문자

- 음성 언어 자료가 매우 중요하고, 한글박물관에 음성 자료가 당연히 들어올 수 있다고 본다. 한글이라는 것 자체가 소리를 표현하기 위해 만든 글자이기 때문이다. 방언이나 지역의 순수한 용어들도 한글이 있어서 유지될 수 있었다고 생각한다. 또한 사물의 소리를 제시하고 한글과 다른 문자의 표현을 비교해 보거나 그 역으로 해 볼 수 있다. 발음 비교도 할 수 있다.
- 한글 창제 이전의 문자 자료도 50% 이상 들어가야 한다고 본다. 그게 있어야 한글 창제의 배경도 설명되고, 소리글자로 제한되는 한글의 한계도 넘어설 수 있다(한자와 한글의 의미를 서로 연결해 줌으로써). 문자박물관이 생긴다면 그건 한글박물관의 하위 조직이어야 한다고 생각한다. 한글을 먼저 알고, 그를 토대로 다른 문자와 비교해 보는 방향이어야 한다.

## 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 연령별, 주제별 글쓰기 교육을 해 주면 좋겠다. 일기 쓰는 법이나 논리적인 글 쓰는 법, 보고서 쓰는 법, 가사 쓰는 법, 웹툰 글쓰기, SNS 글쓰기, 노인 대상의 컴퓨터 글쓰기 등등 실용적인 것을 했으면 한다. 그러면 사람들이 많이 오지 않을까.
- 해 보기 활동이 많아서 이용자를 귀찮게 하는 박물관이 되는 게 대중의 인정을 받는 한 가지 방법이라고 생각한다. 일방적 지식 전달보다는 소통의 시대에 맞는 역할을 해야 한다.
- 한글박물관에 자부심을 가졌으면 좋겠다. 이런 박물관을 만들어 낼 나라가 몇이나 있겠다. 순수한 창조 글자를 가지고 있는 나라라는 점이 박물관을 만든 자신감이고, 그 자신감으로 사람들이 찾아오게 만들어야 한다.

## 〈전문가11〉

답변자: ○○○○ (대중음악 평론가)

일시: 2018. 10. 22. (월) 오후 5:30 ~ 6:15

장소: 신촌 소재 스터디카페 채움

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 한글박물관에 방문한 적 없다.
- 예전에 울산에서 한글문화예술제를 할 때 프로그램 기획하고 콘텐츠 만드는 일에 참여해서 한글문화라는 것에 익숙하긴 하다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소

- 한글, 한국어, 모국어가 다를 텐데, 통상적으로 얘기한다면 한글문화의 가장 중요한 부분은 문학이라고 생각한다. 요즈음은 패션이나 폰트의 비중도 높아지는 추세이다.
- 한글교육(외국인을 위한 한국어 교육 중)도 한글문화에 들어갈 수 있다고 본다.

#### 2) 한글문화에 포함되지 않는 것

- 사투리는 한글보다는 한국어에 가까울 테니, 음성 언어는 한글문화로 보기 어렵다.
- 한글 창제 이전의 문자도, 한국어문화는 되지만 한글문화는 아니라고 생각한다.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 요즈음은 폰트라든가, 그래픽 영역에서 활용될 수 있는 것들이 좀 더 비중이 높아진 것 같다.
- 한글을 기반으로 해서 다른 장르, 영역이나 라이프스타일과 연계해서 다양한 시도들을 하는 것이 점점 중요해질 것이다.
- 지적 엄숙성에서 벗어나서 ‘한글을 가지고 노는’ 시도들이 더 늘어날 거라고 생각한다. 물론 그게 문학일 수도 있고 그래픽, 패션일 수도 있으므로 얼마든지 많이 늘어날 수 있다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 일단은 작가나 방송의 역할이 크다.
- 요즈음의 외계어나 축약어를 보면 한글의 물을 바꾸고 있다는 생각이 드는데, 것처럼 변화시키려는 힘으로 한글문화가 유지되는 것은 아니다. 기존의 용법이나 규칙을 고수하는 사람이 있기 때문이, 양쪽이 서로 충돌하면서 한글문화가 만들어진다고 생각한다. 물론 과거에도 그런 충돌은 늘 있어 왔다. 다만 요즘은 소셜미디어라는 플랫폼들을 통해서 좀 더 많이 확산되고 일상화한 것처럼 보일 뿐이다.
- 예전보다 언어의 장이 확대된 것은 사실이다. 환경이 달라졌기 때문에 현대적 매스미디어와 커뮤니케이션의 장이 중요해졌다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 전부는 아니지만 약어를 쓰는 게 재미있다고 생각한다. 아니면 죽어 있던 말(예컨대 모 꼬지)을 되살려 쓰는 것 등이 바람직해 보인다. 간판 등 일상에서 영어를 쓰는 것에 대해 부정적이다.
- 언어는 충돌하면서 존재한다고 하면서도, 그 충돌하는 현실에 대해서는 늘 긍정적일 수만은 없다. 그러나 이미 삶 자체가 서구화됨으로써 피할 수 없는 현실이 된 것 같다는 생각도 한다. 라이프스타일이나 삶의 가치 기준이 한국의 전통적인 기준에서 떨어진 것 같다는 생각이 든다. 요컨대 삶의 방식이나 기준이 옮겨 가면서 언어도 따라 옮겨 가는 것이다.

### 3) 대중가요와 한글문화

- 노래 가사에서 부분적으로 영어(단어)를 많이 쓰는데, 개인적으로는 유치하다고 생각한다. 그런데 해외여행이 늘어나고 통신 테크놀로지가 발달하면서, 한국어만을 고집하는 국수주의적이고 민족주의적인 생각에서 언어는 뜻만 통하면 된다는 쪽으로 생각하는 사람이 늘어나고 있는 것 같다.
- 모두는 아니지만, 가사가 음악에서 중요한 부분이라 생각해서 언어, 한글을 고민하는 사람도 있다. 포크냐 록이나 힙합이나 하는 장르의 특성도 있지만, 요즈음은 해외 시장에서 통할 걸 고려해서 외국어 가사를 많이 쓰기도 하고, 반대로 방탄소년단처럼 처음부터 한국어를 써서 ‘로컬리티’를 장점으로 부각시키기도 한다.

#### 4) 세계 속 한글문화의 매력

- 조형적 매력이 있다고 본다.
- 또한 읽는 대로 소리가 나니까, 음성 언어와 관련되는 것이기도 하지만, 배우기 쉽다(진입장벽이 매우 낮다)는 점을 들 수 있다.

### 라. 한글박물관의 사회적인 역할

#### 1) 사회적 기능과 역할

- 기본적으로 한글이 언제, 어떻게 만들어졌고, 어떻게 변해 왔는지 죽 짚어 주는 게 필요하다. 그러나 고정된 형태의 과거를 정리해 놓는 것도 중요하지만, 그게 전부가 될 수는 없다. 현재와 끊임없이 접합하고자 노력하면서 질문을 던지고, 그 질문을 통해서 과거를 재해석하거나 미래의 방향을 함께 고민해 보는 장이 되어야 의미가 있다. 예컨대 외계어에 대해 그 주체가 되는 청소년, 시인들과 모여서, 뻔한 결론을 내는 게 아니라 고민하는 장이 되어 주어야 한다. 잡지를 내거나 토론회를 하거나, 과거에 대한 정리를 바탕으로 현재를 채워 가면서 질문할 있게 해 주면 좋겠다. 어찌 보면(한글에 대한 자부심에 걸맞으려면) 한글박물관의 규모가 더 커져야 할 필요도 있다.

#### 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 사투리라든가 음성 언어 자료는 한글박물관의 일은 아니라고 생각한다. 국어원이나 다른 기관으로 가거나, 한글박물관 별관을 구성해서 할 수는 있을 것이다.

#### 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 한국 드라마를 보고 한국에 대해 관심이 있거나 한국어를 배우고자 하는 외국인이 여행을 왔을 때 꼭 들러 보고 싶은 곳으로 만들었으면 좋겠다.
- 국내 이용자로써는 학생들이 많이 올 거라고 생각하는데, 누구를 대상으로 하건 관건은 콘텐츠를 어떻게 (재미있게) 짜느냐에 달려 있다고 생각한다.

## 〈전문가12〉

답변자: ○○○ (출판인, 철학자)

일시: 2018. 10. 11. (목) 오전 10:00 ~ 11:30

장소: 월간작은책

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 한글박물관에 방문한 적 있다. 잘 알고 있다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 정신

- 한글문화의 시작은 세종대왕으로부터라고 봐야 한다. 한글문화라고 하면, 아름답게 보는 글로 딱 2가지가 있다. 하나는 훈민정음 서문에 해당하는 “나랏말싸미 듕귎에 달아...” 하는 것이고, 또 하나는 주시경 선생의 독립신문 창간사 글이다. 글로 자기 뜻을 펼치려는 사람이면 누구라도 가슴에 와 닿을 만한 말로서, 짧은 글 속에 깊은 알맹이를 담고 있어서 좋아한다.

#### 2) 한글문화의 범위와 대표적인 내용

- 옛말들이 하나하나, 고대에는 어떻게 쓰였고, 향가나 고려가요 시대에는 어떻게 쓰였고, 중세에는 어떻게 쓰였고, 현대에는 어떻게 바뀌었는지를 찾아 들어가야 한다. 내가 이름 붙이기로는 언어고고학(Linguistic Archaeology) 혹은 고고언어학(Archaeological Linguistics)인데, 이 분야가 우리나라 땅에서 생겨나리라고 본다. 지역 언어를 중심으로 해서 말 뿌리를 캐내는 것이다. 서양 언어학자들이 헝가리어, 터키어, 우랄알타이어 등을 말하면서 핀란드어에서조차 비슷한 꼴을 찾을 수 있다고 해서 우랄알타이어 민족이라고 주장한 적이 있다. 그러나 지금은 이런 주장이 다 사라졌고, 고아 언어, 고립 언어라고 말한다. 오랫동안 이 땅에 살면서 평화를 지켜 온 것과 한가지이다. 이 땅에서 싹튼 것이고, 그래서 우리말이 고스란히 지켜졌다. 그러니까 한글문화를 따지려면 우리 문화 전반을 따져야 한다. 한글문화는 결국 우리나라 사람들이 사는 문화와 결합되어 있는 것이다.
- 우리말을 제대로 살피려면 불경언해나 두시언해 같은 언해본들을 살피는 것이 중요하다. 한글문화에 대해 알려 할 때에도 이런 언해본들을 잘 연구해야 한다.

### 3) 한글문화의 범위에 포함시키기 어려운 것

- 우리말의 쓰임새가 개념어에 짓밟히고 있다. 대체로 우리가 쓰는 과학 용어, 철학 용어, 인문학이나 사회학 용어도 마찬가지로이지만 전부 일본에서 조립된 한자어를 우리가 고스란히 받아들여서 쓰고 있다. 이런 말은 쓰면 쓸수록, 우리한테는 쓰임새가 넓지 못하기 때문에 상상력을 극도로 제한한다. 그런데 이런 말들이 계속 늘어나고 있다. 신문, 방송 등 모든 곳에서 이 개념어가 쓰임으로써, 사람들이 가상현실 속에서 사는 셈이다. 그러다 보면 구체적인 현실을 하나하나 짚어 냈던 낱말들로부터 점점 멀어진다. 이것 제대로 바로 잡는 것이 그만큼 중요하고, 그래서 나는 한글박물관이 하는 일을 소중하게 여긴다 (예: ‘나는 몸이로소이다’).
- 이두나 향찰, 이런 것들은 사실 근세까지도 써 왔다. 한글이 없었을 때 우리말을 나타내는 표기 써 왔지만 이런 것들을 한글문화라고 부르지는 않는다.

## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 말은 상상력이다. 이른바 지식인들이 두꺼운 책에다 말짱 왜말, 일본에서 조립된 한자어, 중국말, 서양어로 도배를 해 놓았기 때문에 우리 상상력을 죄다 죽여 버리고 만다. 이것을 되찾아야 한다. 작은 것에서부터 가장 큰 것까지 온갖 현상을, 물질 현상뿐만 아니라 생명 현상까지 아울러서 전부 밝힐 수 있는 우리말을 되찾아서 아이들이 쓰도록 하는 것이 우리가 남겨 주어야 할 유산 가운데 하나다.
- 우리나라 사람들은 구체적으로 우리 감각에 와 닿는 것을 가지고 개념들을 만들었다 (곰>검>검은 하늘, 고맙다=하늘과 같다).
- 말을 만들어 낸 주체는 어린아이들이었다. 태어나서 처음 내는 입술소리가 ‘엄마’가 되고 ‘아빠’가 되고 머리, 목 같은 몸 부위가 되고 밀, 보리, 벼 같은 곡식이 되었다. 즉 미래 세대가 자신이 앞으로 어떻게 살아야 좋을지 한 마디, 한 마디 쉽게 만들어 낸 것이다. 좋은 세상을 만들려면 어떤 말들을 스스로 만들어 내느냐가 중요하다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 지금 한글문화를 열심히 만들고 누리는 사람이라면 시골에서 농사짓는 사람들밖에 없다. 그분들만이 오롯이 깨끗한 우리말을 이어받고 있다. 말과 삶(먹고 입고 자는 것)이 일치해야 하는데, 도시의 생활은 구체적인 먹고 입고 자고가 빠진 ‘유식한’ 말로 오염되어 있다.
- 그리고 초등학교의 뜻있는 교사들. 아이들을 제대로 가르치는 한 가지 방편이 우리말을 제대로 되살리고, 없는 말은 새로 만들기라도 해야 한다(북한이 이런 일을 먼저 해 왔다).

옛날 최만리가 그랬듯이 권력자들은, 보통 사람들은 계속 못 알아들을 말로 틀을 바꾸어 놓았다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 우리말을 우리가 제대로 익히면 상상력이 늘어난다. 외국어(개념어)가 전부 상상력을 죽여 버린다는 것은 미래 세대가 살 세상을 좁혀 버린다는 얘기다. 한글박물관에서 할 수 있는 것은 문혀 버린, 죽어 버린 우리말을 자꾸 되살려 내, 사람들이 이해도 못 하고 쓰임새도 제한돼 있는 외국어를 몰아내는 것이다.
- 한글박물관에서 해야 할 중요한 일은, 다시 이쁜 우리말을 되찾아서 상상력을 높여 주고 미래 세대가 제대로 살 수 있도록 하는 것인데, 이것이 한글박물관의 가장 중요한 기능이다. 그런 점에서 모든 (역사)박물관 가운데서 한글박물관이 가장 큰 몫을 해야 한다고 본다.

### 2) 이용자에 따른 운영 목표

- 이용자로 보자면, 아이들을 데리고 오는 학부모가 많다. 이걸 한글박물관이 일을 제대로 하는 것이다.



## 〈전문가13〉

답변자: ○○○ (한국출판마케팅연구소)

일시: 2018. 11. 7. (수) 오전 11:00 ~ 오후 12:30

장소: 한국출판마케팅연구소

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 언급하지 않고 진행.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 한글로 이루어진 모든 것이 한글문화라고 생각한다. 설문지 보기 중에서 한글창제 이전의 문자생활과 외국인 대상의 한국어 교육은 한글문화에 포함시키기 어렵다(설문지 참조).

#### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 한글은 어떤 문자보다도 디지털시대에 가장 알맞은 문자라고 생각한다. 입력 속도도 압도적으로 빠르다. 특히 아이들(젊은 세대)의 ‘누르는’ 속도는 빠르기도 하고, 더 속도를 내기 위해 줄임말 등을 많이 쓸 수밖에 없다.
- ‘한글의 상형성’에 대해서도 예전에 이야기가 된 적이 있는데, 이모티콘의 생성 구조가 한글의 생성 구조와 닮아 있다는 주장이 있었다. 예를 들어 웃는 모습은 양성 모임이고, 우는 모습은 음성 모임이고.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 앞으로의 문자는 지금과는 또 달라질 것이다. 이모티콘 등을 포함해 새로운 상형문자로 성장해 나갈 가능성이 있다고 본다. 한자를 배워야 한다든가 하는 주장도 과거의 경험, 과거의 시각에서(그것에 익숙한 사람들에게서) 나온 것일 수 있다.
- 인포그래픽 같은 것도 새로운 언어라고 볼 수 있지 않을까.



## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 아이들(젊은 세대)와 시대의 변화를 적극적으로 읽어 내려는 사람들.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 한글파괴 등에 대해 무조건 비난하는 것은 적절치 못하다. 사실 그런 것도 뭔가 새로운 것을 창조해 내는 활동이다.
- 출판계에서는 임팩트 있는 ‘신조어’를 만들어 내는 게 중요하다. 특히 일본의 경우를 보면 온갖 종류의 신조어를 많이 만들어 내는데, 신조어들이 대중들에게 어필하는 것은 그것이 어떤 사회 현상을 한 마디로 표현하고 잘 드러내 주기 때문이다. 한글이 중요하다거나 아니라거나 하는 것을 따지는 차원을 넘어서서, 이제는 새로운 것을 만들 수 있어야 살아남을 수 있다. 칼럼니스트들이 신조어를 만들려고 애쓰는 것과 아이들이 급식체를 만드는 게 다르지 않다고 생각한다. 한편으로는 언어유희를 통해 아이들의 심리나 정서를 엿볼 수도 있다. 그러니 오히려 그런 시도를 긍정적으로 볼 필요도 있다.
- 지금도 그렇지만 앞으로는 더더욱 1인 크리에이터의 시대가 될 것이다. 각자 원하는 것이 다르고 느끼는 것이 다르다. 이제 ‘대세’보다도 자기 맘에 드는 것이나 자신을 대변해 주는 노래, 놀 거리 등을 찾아 나간다. 그러니 다음 세대는 혼자서도 살아갈 수 있는 방법을 찾는 게 중요하고, 언어도 이런 시대에 맞게 변형될 수밖에 없다. 간혀 있는 기성세대의 눈으로 판단할 수는 없다. 한글에 대해 자부심을 갖는 것과는 좀 다른 문제라고 본다.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 박제된 전시가 아니라 뭔가 생동감 있는 걸 보여 주었으면 좋겠는데, 그게 어떤 형태여야 할지는 잘 모르겠다. 한글이 우수한 건 전제이지만, 언어는 계속 변할 수밖에 없는 것이므로 정리도 해야 할 것이고, 동시에 일본처럼 새로운 ‘조어’를 만드는 일 같은 것도 해야 하지 않을까(꼭 한글박물관이 해야 할 일을 아닐 수 있지만). 너무 보수적으로 우리 말이 우수하니까 한 단어라도 바꿀 수 없다, 하는 식의 태도는 곤란하다. 언어란 소통의 기구인데, 너무 과격하게 변형을 가해도 문제지만, 시대의 변화를 무시할 수는 없다.

## 2) 이용자에 따른 운영 목표 - 청소년을 중심으로

- 이제는 ‘검색형 독서’의 시대다. 사람들은 키워드 중심으로 잘게 쪼개진 자료를 찾으며, 그 자료들은 각각 통합적인 설명을 제공해 준다. 쓰기도 이제는 손으로 쓰는 게 아니라 자판을 누르는 시대다. 그러니까 글도 짧게, 단문으로 쓴다. 결국 시대를 반영한 문체가 나올 수밖에 없다. 또한 스마트 기계의 인터페이스가 갖고 있는 건 이성보다는 감성에 따라 움직이는 것이다. 어떤 기계, 기술이든 그것이 갖고 있는 사회적 기능에 주목할 필요가 있다.
- 시대 변화의 한 가지 예를 들면, 학교에서 독서 감상문 수업을 하는데 북트레일러를 이용한 방식이 있었다. 한 학기 동안 함께 읽을 책을 정하고, 책을 다 읽으면 아이들끼리 콘티를 짜서 영상을 찍어 온다. 그런 다음 저자를 초청해 강의를 듣고, 그렇게 만든 북트레일러를 보여 주는 것이다. 일방적으로 가르치는 게 아니라 아이들과 놀고 즐기는 수업이다. 교육도 이렇게 변화해야 하고, 다양화해야 한다.
- 우리 앞에 닥친 새로운 세상이란, 개인의 탄생이고 개인의 연결이다. 텍스트 자체보다는 콘텍스트가 중요하고, 이제 ‘하이콘텍스트’, 즉 잘게 나누어진 콘텐츠들이 고맥락으로 연결되는 시대이다. 이런 걸 만들고 누리는 아이들은 디지털 시대의 새로운 인간형이다. 이런 아이들이 도구로 쓰고 있는 언어는 어른들의 것과는 다르고, 또한 굉장히 빠르게 변화하고 있다. ‘한글이 중요하다’라는 것만으로는 아이들의 호응을 이끌어 내기 힘들다. 과거의 프레임들은 다 무너졌는데 과거의 프레임을 가지고 자꾸 뭔가를 하려는 것은 바람직하지 않다. 언어의 세계도 마찬가지로 생각한다. 어느 방향으로 가야 하는가는 결국 인간의 삶을 놓고 생각해야 한다.

## 한글박물관\_전문가 면담(요약)\_14

답변자: ○○○ (서울신문사 편집국)

일시: 2018. 10. 19. (금) 오전 11:30 ~ 1:00

장소: 한국프레스클럽

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 한글박물관에 여러 번 방문했다. 한글문화라는 말도 익숙하고, 사용한 적도 있다.
- 박물관 공간이 좁은 것 같다. 단체 등 많은 관람객을 수용하기도 힘들고, 전시 외 체험 학습용 공간도 부족하다. 크고 작은 강연/토론회 장소도 없고, 공간이 좁아서 활성화하기가 더 어려울 것 같다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소

- 한글로 적힌 모든 것들을 포함하므로, 한글문화란 우리말로 된 언어문화라고 본다. 문자에 한정되지 않고, 한글문화와 우리 언어문화가 거의 같다고 생각한다.
- 한글문화의 요소 중 대표적인 것은, 대중에게 크게 영향을 주는 저널리즘의 언어문화라고 본다. 더불어 학문 지식과 과학 기술 발전과 관련된 전문 영역의 언어도 중요하다.
- 또한 비중은 낮더라도 한글 창제 이전의 문자 생활도 포함된다고 본다. 한글의 중요성을 거꾸로 강조할 수도 있고, 한글 전후를 비교해 볼 수 있다.

#### 2) 한글문화의 범위에 포함되지 않는 것

- 한글로 적힌 외국어(찌아찌아족의 언어). 한글문화는 한국어, 한국문화와 관련된 것이다.
- 한글 문자 교육도 한글문화의 요소로는 중요도가 떨어진다고 본다.

#### 3) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 문화가 변하면서 계속 새로 만들어지는 말들(예컨대 ‘심쿵’). 신조어로 문화를 읽어 낼 수 있고, 좋은 말을 골라내는 노력도 필요하다.
- 번역어에 대한 관심도 커져야 한다. IT 등 여러 분야에서 직수입한 외래어를 씹으로써 소통에 장애가 생긴다. 쉽고 정확한 말을 국가 차원에서 만들어 주어야 한다.

#### 4) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 한국어-인공지능 시대의 한국어문화. 인공지능이 만들어 내는 말들(문자든 소리든, 기계가 나름대로 창작한 것)이 소통에 어떤 영향을 미치는가 하는 것도 한글문화일 것이다.

### 다. 한글문화의 창조 주체

#### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 세대로는 청소년. 새로운 것을 만들어 내는 세대이다.
- 직업별로는 글 쓰는 사람, 대중과 많이 소통하는 신문 방송 종사자들 그리고 공무원들을 들 수 있다. 공무원은 공문서를 통해서 일반 국민들과 많이 접촉하는, 소통이 중요한 직업군이다.

#### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 살아 있고 전달력 있는 말들을 만들어 내는 것들(신조어 등)이 좋아 보인다. 반면에 한자 조합이나 외국어를 섞어서 만드는 말은 소통도 안 되고 바람직하지 않다고 생각한다.
- 한글, 한글문화가 공기처럼 느껴져서 보통 사람들은 평소에 의식하기 힘들다. ‘한글을 써서 이런 거구나’ 하고 느낄 수 있게 한글박물관이나 문체부에서 특별한 이벤트를 자주 해야 한다.

#### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 장황한 설명보다는 한글이라는 문자 자체(이미지)가 매력적으로 보일 수 있다. 글꼴 디자인이 뒷받침되면 더욱 좋겠다. 좀 더 관심을 갖게 된다면 한글과 관련된 이야기들(창제 철학 등)을 해 줄 수 있다. 특히 이런 이야기는 한글에만 있는 것이므로 이야기로 잘 꾸미면 좋겠다.
- 외국인을 위한 한국어 교육도 의미가 있다. 관광을 오지 않더라도 인터넷으로 배울 수 있다. 한국이라는 나라가 한글이라는 고유한 문자를 쓴다는 것을 자연스럽게 알릴 수 있다.

### 라. 한글박물관의 사회적인 역할

#### 1) 사회적 기능과 역할

- 한글은 언어고, 언어는 소통이다. 대한민국 사회가 잘 소통될 수 있게 하는 게 한글박물관의 기능이라고 생각한다. 소통을 원활하게 해 주는 기능을 깊고 넓게 해야 한다. 한마디로 한글박물관은 우리 사회 소통의 핵심이 되어야 한다. 이는 세종대왕이 한글을 만든 이유이기도 하다. 소통을 박물관이라는 공간에 한정하지 않고 출판물을 통해서 할

수도 있다.

- 소통을 위해, 글쓰기나 말하기를 가르치는 일을 할 수 있다. 앞선 세대들은 소통을 위해 이런 매체를 만들고 이런 교육을 했다고 알릴 수도 있겠다. 우리 사회는 전반적으로 글쓰기 교육이 부족하다. 학교가 못 하니 박물관에서 해 주면 좋겠다. 말하기 강좌도 열었으면 한다. 한글과 관련한 토론회를 한다든지, 언어의 중요성을 사회 구성원들에게 알리는 역할을 해야 한다.

## 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 한글을 문자로 한정하면 할 수 있는 일이 많지 않을 거라고 생각한다. 국어원과 도와서, 우리 언어문화를 향상시키고 활성화하는 역할을 해야 한다. 이것이 소통으로 연결된다고 본다.
- 이름은 ‘한글’박물관이지만 문자에 한정해서는 안 된다. 한글문화는 언어문화이고 음성 언어가 포함되어야 한다. 5:5 비중은 아니고 7:3, 8:2처럼 문자 비중이 높겠지만. 남아 있는 과거의 음성 자료를 찾아서 역사적인 연설이나 역대 대통령 등 중요 인사들의 말을 확보하면 좋겠다.

## 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 어른들이 더 많이 갔으면 좋겠다. 청소년은 과제 등을 위해 상대적으로 많이 간다고 생각한다. 성인(직장인)을 위한 프로그램을 늘렸으면 하는데, 강연 위주보다 그들에게 필요한 것(글쓰기 강좌 등)을 찾아보아야 한다. 접근성이 떨어지니 평일 강좌는 시청에서 하고 주말 프로그램은 박물관에서 할 수도 있지 않을까. 많이 들락거리게 하는 게 중요하니까. 기업이나 관공서에서 위탁받아서 할 수도 있고. (공)기업이나 관공서 모두 공공을 대상으로 소통을 해야 하므로, 어려운 말이나 외국어를 안 쓰고 쉽게 소통할 수 있는 법을 가르쳐 주면 좋겠다.
- 외국인 관광객이 한글박물관에 가는 게 쉽지는 않겠지만, 그들을 대상으로 한글의 원리나 배경 이야기를 1~2분 정도 영상과 함께 제시하면 좋을 것 같다. 한국 사람들이 이렇게 해서 문자를 갖게 되었고 그래서 문맹도 없고 더 민주화될 수 있었다고 자랑도 할 수 있다. 세종대왕이 문자를 만든 이유도 그렇고, 문자 기념일이 있는 나라라는 점도 좋은 이야기 감이다.
- 어린이: 즐거움을 주는 곳. 각종 매체에 나오는 말을 체험하고 생각하고 즐길 수 있는 곳.
- 청소년: 언어의 중요성을 알고, 언어를 통해 창의적인 생각을 하도록 만드는 것을 목표로.
- 성인: 우리 언어문화를 돌아보고 깊이 있게 가꿔 나가는 것을 목표로.

## 한글박물관\_전문가 면담(요약)\_15

답변자: ○○○ (출판평론가)

일시: 2018. 11. 2. (금) 오후 2:00 ~ 3:00

장소: tbs 1층

### 가. 한글박물관 관련 배경

- 방문한 적은 없지만, 한글박물관이 있다는 건 안다.

### 나. 한글문화 세부 요소

#### 1) 한글문화의 세부 요소와 한글문화에 포함되지 않는 것

- 한글문화라는 말을 들었을 때 좀 모호하다 생각이 들었다. 얼마든지 확장하거나(한국인들의 언어생활 전반) 축소해서(한글 디자인) 볼 수 있을 것 같다.
- 한글창제 이전의 문자생활이나 외국인 대상 한글 교육은 포함되지 않는 것 같다.

#### 2) 현재 가장 중요하거나 대표적인 것

- 한글·국어 교육, 문학, 디자인이 중요한 세 부분이다. 서체 개발이나, 패션 등에서 한글을 이용해 디자인하는 일 등이 가장 대중적인 부분인 것 같다.

#### 3) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소

- 한국어 교육과 글쓰기 양식이 더욱 중요해질 것 같다. 한글의 특성을 글쓰기에 접목해 특별한 교육 프로그램을 만들 수 있을 것 같다. 문장력이 아니라, 한글의 특성을 이해한 바탕 위에서 ‘한글로 아름다운 글을 쓰는 법’에 대한 프로그램이라고 할 수 있다. 예컨대 한문(어휘)이 많이 들어간 문장은 가급적 피하고 순 한글(어휘)만으로 되어 있으면서도 어색하지 않고, 한국어의 음성학적인 특징에 어울리며, 문장의 길이도 적당한 글을 쓰는 방법 같은. 요즈음은 글을 쓸 때에도, 특히 SNS의 발달로, 구어체가 구현이 되고 있다. 그러므로 음성학적으로나 한글학적으로, 또 한글문화학적인 측면에서 가장 아름다운 문장이 무엇인가를 생각해 보는 것이다. 캠페인 같은 것을 통해서 그런 좋은 문장을 대중들에게 소개하고, 생활문화 속으로 들어오게 하는 게 중요하다. 사실 공무원이나 법조인들이 쓰는 건 한글(한국어)이라고 할 수 없지 않나.



## 다. 한글문화의 창조 주체

### 1) 한글문화의 주요한 창조 주체

- 가장 중요한 건 문학이라고 생각한다. 작가뿐만이 아니라 이제는 글쓰기가 일상화됐기 때문에 글 쓰는 일반인들도 포함된다. 그 외에 디자이너나 폰트 만드는 사람들, 출판 디자이너 등을 들 수 있겠다.

### 2) 한글문화의 창조·향유 방식에 대해

- 문학과 한글의 관계를 생각하면, 문학 작품들을 통해서 한글의 특성이나 아름다움을, 특히 의성어·의태어나 감각적인 표현들을 생각해 보게 만들 수 있다.
- 책 표지를 보면 한글 디자인이 아주 아름답다. 그런 책을 보거나 읽는 것이 한글문화를 누리는 좋은 면이라고 생각한다.
- 비속어나 약어, 은어 등은 언어를 암호화해서 소통을 단절시킨다. 누군가를 배제하기 위한 언어를 쓰는 것은 바람직하지 않다고 생각한다. 정도가 심하지 않는 놀이 수준의 변형도 있지만, 어쨌든 한글문화라고 하기는 어려울 것 같다.

### 3) 세계 속 한글문화의 매력

- 의성어와 의태어, 감각적인 형용사, 부사를 잘 설명해 주면 굉장히 매력적으로 느낄 것 같다. 사실 이런 건 한글보다는 한국어에 가까운 것이지만.

## 라. 한글박물관의 사회적인 역할

### 1) 사회적 기능과 역할

- 한글박물관을 제한적으로 생각하면 훈민정음, 세종대왕에 대한 설명, 폰트에 대한 설명 정도밖에 안 떠오른다. 그러나 여기서 더 나아가, 한국어를 대상으로 한 지적 욕구가 만들어질 수 있도록 하면 좋겠다. 한글과 관련되는 저술이나 저작들을 한글박물관에 다 저장해 놓아서, 한글에 대해 뭔가 필요할 때 원하는 자료를 얻을 수 있는 곳이 되면 좋겠다. 학술적인 것뿐만 아니라 디자인 자료도 모두 망라해서.
- 또한 실제적으로 서체도 개발하거나, 심사 같은 것을 할 수도 있을 것 같다. 디자인을 하다 보면 너무 극단적으로 한글을 해체할 수도 있으니, ‘디자인에서 한글의 범주는 어디까지인가?’를 제시해 주는 것도 필요한 역할이라고 생각한다.
- 그리고 전시보다는 학술적인 지원, 연구를 중시하면 좋겠다. 박물관에 속해 있는 연구원들이 출판이라든가 다른 미디어 활동을 해서 하나의 브랜드가 되어 주면, 그 브랜드 (사람)들을 통해서 자연히 사람들의 관심을 불러 모으게 될 것이다. 미술 쪽 학예사들

중에 이런 일을 한 사람들이 있는데, 아카데미의 담장을 넘어 대중들이 읽을 수 있는 책을 쓰는 게 중요하다.

- 한글박물관이 더 이상 변하지 않는 것들이 전시되는 공간이기보다는, 살아 있는 사람들이 그 안에서 지속적으로 배우고 생산하고, 또 그렇게 생산한 것들을 대중들이 누리고, 거기서 교육받은 세대가 다시 성과를 만들어서 더할 수 있는, 거대한 선순환 구조를 만들어 내면 좋겠다. 그 일이 이루어지는 플랫폼으로서 한글박물관을 바라보자는 제안이다.

## 2) 음성 언어로서의 한국어 포괄

- 한글박물관과 한국어박물관은 다르다고 생각한다. 그러나 한글이든 한국어든 그 중간 어디쯤에서 대중들이 가장 관심 있어 할만한 요소들을 먼저 놓고, 그 다음에 그것들을 아우를 수 있는 카테고리를 고민해야 할 것 같다. 의성어, 의태어 등이 포함되어야 할 것 같은데 그러려면 음성 자료도 있어야 할 것 같다.

## 3) 이용자에 따른 운영 목표

- 교육이 가장 중요하다. 어린이들은 올바른 표기법, 맞춤법을 익히는 것이 중요할 것 같고, 청소년부터는 올바른 표현(글쓰기)이 중요해질 것이다. 성인들에게는 한글이 인문학적 관심의 대상이 되는 게 중요한 목표라고 생각한다. 예컨대 ‘한글이 왜 아름다운가?’에 대해 인문학적 관심을 이끌어 내는 강좌를 열 수도 있다.
- 또한 각자의 인간적인 매력을 드러낼 수 있는 글쓰기 방법론 같은 것들을 한글 교육이라는 차원에서 할 수도 있지 않을까. 예를 들어 ‘가장 완벽한 한국어 문장이란?’ 하는 것을 이야기해 주면 대중들이 관심을 많이 가질 것 같다.



## Ⅳ. 빅데이터 분석



제1장. 조사 개요

제2장. 조사 결과 요약

제3장. 결과 분석



## 제1장 조사 개요

### 1. 조사 목적

- 국민들과 언론 간의 한글문화, 한글 변동상, 국립한글박물관에 대한 인식을 비교, 분석하는 것을 목적으로 함.
- 온라인 빅데이터 분석결과를 바탕으로 3장까지의 일반인/전문가 대상 설문 조사와 비교, 분석하는 근거 자료로 삼는 것을 목적으로 함.

### 2. 조사 개요

- 본 빅데이터 조사는 네이버 블로그 및 뉴스의 텍스트 데이터를 수집, 분석하였음.
- 1차 분석 결과를 바탕으로 협의를 통해 2차 분석 키워드를 도출하여 데이터를 수집, 분석함.
- 2차 분석은 한글에 대한 일반인의 인식 조사를 위한 데이터 수집, 분석이기에 뉴스 데이터는 수집하지 않았음.

<표 IV-1-1> 1차 빅데이터 조사 내용

| 구 분   |              | 1차 빅데이터 조사           |                                   |                           |
|-------|--------------|----------------------|-----------------------------------|---------------------------|
|       |              | 개요                   | 서치 키워드                            | 데이터양                      |
| 한글 문화 | 한글관련 사건 및 행사 | 사건, 행사와 관련된 인식조사     | 한글, 한글문화, 한글날                     | 블로그 116,603건<br>뉴스 2,281건 |
|       | 한글역사         | 한글 창제 및 역사와 관련된 인식조사 | 세종, 훈민정음, 해례본, 옛한글                |                           |
|       | 한글사용         | 한글 사용과 관련된 인식조사      | 문해력, 문맹, 한글전용, 한자폐지, 교육, 디자인      |                           |
| 한글변동상 |              | 한글                   | 인싸용어, 급식체, 글꼴, 자판, 한글파괴, 천지인, 맞춤법 | 블로그 7,822건<br>뉴스 131건     |
| 한글박물관 |              | 한글박물관에 대한 인식 조사      | 한글박물관, 한글놀이터                      | 블로그 14,406건<br>뉴스 358건    |

<표 IV-1-2> 2차 빅데이터 조사 내용

| 구 분       | 2차 빅데이터 조사                            |         |
|-----------|---------------------------------------|---------|
|           | 키워드                                   | 블로그 데이터 |
| 한글 일반 인식  | 과학, 우수, 성장, 발달, 쉬움, 우월, 굿즈, 한글화       | 44,015건 |
| 한글 외국인 인식 | 외국인, 기념품, 무늬, 문양, 문신, 백일장, 외국친구, 외국   | 33,091건 |
| 한글 교육     | 공부, 학습, 놀이, 글자, 쓰기, 유아, 완성, 배움, 배우기   | 63,282건 |
| 한글 사용     | 간판, 싸인, 손글씨, 손 편지, 캘리그래피, POP글씨, 통신언어 | 9,429건  |

### 3. 자료 처리 및 분석 방법

#### ○ 자료의 수집

- 국민의 인식을 조사하기 위해서 네이버 블로그를, 언론의 인식을 조사하기 위해 네이버 신문을 대상으로, 2014~2018년의 자료를 수집함.  
-2015년 기준 네이버 블로그는 전체 블로그의 83.3%의 점유율을 보임.
- 수집된 자료는 데이터 전 처리 후 아로스프락시아(구 트리움)의 검색엔진 및 의미망 분석도구 옵티마인드(Optimind v3.0)로 분석함.
- 테라바이트 단위의 대용량 텍스트에 대해 사람의 개입 없이 완전히 자동화된 방식으로 데이터의 코딩과 연산, 그리고 데이터 시각화(data visualization)를 수행하여 분석 방법의 일관성과 객관성을 높임.

#### ○ 자료의 분석

- 빅데이터의 효과적인 분석을 위해 주제와 연관도가 떨어지는 글 및 광고 글을 삭제하는 전처리 과정을 거침.
- 각 주제별로 높은 빈도수를 보인 단어들을 시각화하는 분석 기법인 워드 클라우드(word cloud)를 사용하여 주요 단어를 탐색함.
- 각 주제별로 수집한 텍스트 데이터를 머신 러닝(machine learning)기법을 통해 긍정 및 부정 표현을 도출하는 감성 분석(sentimental analysis)을 수행함. 이를 통해 주요 긍정/부정 표현 및 등장 맥락을 확인함.

- 단어 간 연결되는 패턴을 정량화해 화자들의 논의 구조를 확인하는 분석 기법인 의미망 분석(semantic network analysis)을 수행해 주요 주제를 탐색함.
  - 텍스트의 자연어 처리를 통해 한국어 명사를 인식함.
  - 동시 출현하는 명사어 중 통계적으로 유의한 관계를 연결해 복잡계 형태의 인지 지도를 구성함.
  - 알고리즘을 활용하여 동질적인 언어적 연결패턴을 주제 그룹으로 카테고리화함.
  - 핵심 단어를 정량적으로 도출하기 위해 중심성(centrality)을 활용함.
- 빅데이터 조사는 설문조사와 비교했을 때, 조사 대상의 솔직한 반응을 확인할 수 있는데 장점이 있으나, 온라인에 글을 작성할 수 있는 특정 연령층의 의견이 과잉 대표될 수 있음에 유의하며 해석해야 함.

## 제2장. 조사 결과 요약

### 1. 한글문화에 대한 인식

- ‘한글문화’를 검색 키워드별로 ‘한글관련 사건 및 행사’, ‘한글 역사 관련’, ‘한글 사용 관련’으로 분류해 세부 분석을 진행함.
- ‘한글문화’ 전체에 대한 게시물을 시계열 분석한 결과는 다음과 같음.
  - 국민: 한글날과 관련하여 ‘무료 폰트’에 대한 반응이 가장 높게 나타남.
  - 언론: 초등학교교서의 ‘한자 병기’에 대한 반응이 가장 높게 나타남.
- ‘한글관련 사건 및 행사’에 대해 분석한 결과, 2014~2016년은 초등학교교서 한자 병기에 대해, 2017년은 공휴일에 대해, 2018년은 다양한 ‘행사’와 관련된 키워드가 고빈도로 등장함.
  - 단어 빈도 분석 결과, 국민은 한글을 직접 언급하기 보다는 ‘한글날’ 같은 행사나, ‘한자 병기’ 같은 주제의 맥락에서 한글에 대해 언급함. 언론에서는 비교적 한글 자체의 가치에 대해 직접적으로 언급함.
  - 감성 분석 결과, 국민은 ‘축제’나 ‘여행’의 계기를 통해 ‘한글’에 대한 긍정적인 가치를 인식하며, 한글 표기 및 표현 능력에 부족함을 느끼거나 교육 과정에서 어려움을 느낄 때 부정 표현을 사용함.
- ‘한글문화’ 중 ‘한글 역사’에 대해 분석한 결과, ‘디자인’, ‘세종대왕’, ‘맞춤법’ 등의 키워드가 고빈도로 등장함.
  - 단어 빈도 분석 결과, 국민은 한글의 전반적인 역사 보다는 한글이 창제되던 시기를 중심으로 한글 역사에 대해 언급함. 한편, 언론은 작가, 작품을 통해 한글의 역사를 언급함.
  - 감성 분석 결과, 세종대왕의 창제를 통해 한글을 사용할 수 있음에 대해 ‘감사’하며 ‘발전’시켜야 함 등의 맥락에서 긍정적 표현을 사용하며, 이러한 한글의 가치를 훼손시키는 맞춤법에 어긋나는 ‘이상한’ 표기를 비판하는 데에 부정적 표현을 사용함.
- ‘한글문화’ 중 ‘한글 사용’에 대해 분석한 결과, 다른 주제와 비교해 ‘한자 병기’와 관련된 키워드가 지속적으로 고빈도로 등장함.
  - 단어 빈도 분석 결과, ‘교과서’뿐만 아니라, ‘공문서’ 등에서 한자 병기를 지양해야 하며, ‘한글 전용’이 필요함을 언급함.
  - 감성 분석 결과, 한글 사용에 대해서는 ‘자유롭다’, ‘이해하기 쉽다’, ‘폼격’ 등의 긍정 표현을 사용하며, 한글 교육에 대한 어려움을 표현할 때 부정적 표현을 사용함.

- 2차 빅데이터 조사 결과, ‘한글 일반 인식’에서는 주로 한글의 우수성을 외국 문자와 비교하는 키워드가 도출되었다. ‘외국인들의 한글 인식’에서는 외국인들의 ‘여행’ 및 ‘공부’와 관련된 키워드가, ‘한글 교육’의 경우, ‘아이’, ‘학생’의 ‘공부’와 관련된 키워드가, ‘한글 사용’에 대해서는 ‘간판’, ‘캘리그래피’ 등의 ‘디자인’ 관련 키워드가 높은 빈도로 등장함.
  - 단어 빈도 분석 결과, 일반적으로 ‘한글’에 대해서 직접 언급할 때는 한글의 우수성 및 가치를 외국 문자와 비교하였음. 그러나 ‘한글’이 ‘아이’의 ‘공부’ 대상이 되었을 때는 학업 성취를 위한 수단으로 보는 경향이 있음. 한편, 한글 사용과 관련되었을 때는 문자의 디자인적 요소가 높은 빈도로 언급함.
  - 의미망 분석 결과, 외국인들은 주로 여행, 학습의 과정에서 한글에 대한 인식과 반응을 보임. 또한 ‘영어’, ‘일본어’, ‘중국어’ 등의 번역에 있어서 외국어 발음을 한글로 표기하는 데에 어려움을 언급함.
  - 한글 교육에 대해서는 유아기부터 ‘한글’과 ‘영어’가 의미망을 형성해, 아동의 한글 학습 과정에서 어려움이 생길 수 있을 것으로 보임. 한글 사용에 대한 의미망 분석 결과, 주로 디자인적 요소가 부각되었음.
- ‘한글문화’에 대해서 국민들의 인식은 한글 자체 보다는 행사나 사건의 맥락에서 언급하나, 특정 계기가 주어지면 우리가 사용하는 문자인 한글 자체에 대한 인식 반응들이 나타남
  - 한글문화 관련 키워드에서 한글 자체에 대한 언급보다는 한글과 관련된 행사(한글날, 한글 관련 프로그램) 및 사건(초등교과서 한자, 한글 병기)의 언급이 중심임.
  - 한글의 가치와 관련된 키워드는 외국 여행, 박물관 방문 등의 사건과 함께 언급되어, 특정 계기를 바탕으로 한글의 가치를 인지하는 경향성이 있음.
  - 국립한글박물관은 한글의 문화적 가치와 우수성을 알리는 기관으로서, 국민들에게 한글의 가치를 환기할 수 있는 역할을 수행해야 함.
  - 전시 기획에 국민들이 한글에 대해 관심을 가지는 디자인적 요소나, 현대의 한글문화 등을 고려할 필요가 있음.

## 2. 한글변동상에 대한 인식

- ‘한글 변동상’에 대한 게시물의 시계열 분석을 한 결과, 블로그에서는 2017년 TV 프로그램 방영으로 일시적으로 반응량이 급상승한 이후, 지속적으로 감소 추이를 보임. 한글을 가지고 새로운 형태의 문자 조합을 만들어 내는 현상에 대해 언론에서는 초창기 청소년에 대한 비하표현으로 인지하였으나, 유행 이후는 한글 파괴에 대해 경계하는 태도가 나타남.
- ‘한글 변동상’의 게시글을 분석한 결과, 등장 초기 온라인 ‘게임’에서 사용되던 표현이 점차 현실에서도 사용되어 ‘친구’와 사용하는 ‘유행’하는 언어로 변하는 경향을 보임.
  - 단어 빈도 분석 결과, 초기에는 ‘게임’ 등의 제한적 맥락에서 키워드만 등장하였으나, 점차 ‘친구’, ‘학교’, ‘이야기’ 등으로 확장되며 일상생활에서도 사용됨. 이에 대해 언론은 계도의 차원에서 ‘맞춤법’ 파괴나, ‘말하기’ 습관에 악영향을 끼칠 것으로 전망함.
  - 감성 분석 결과, 한글 변동상에 대해서는 ‘새롭다’, ‘유행’, ‘대화’ 등이 긍정 표현으로 등장하였으며, ‘헛갈리며’, ‘이상하고’, ‘올바르지 못한’ 표현이라는 부정 표현이 등장함.
- ‘한글 변동상’의 의미망을 분석한 결과, 주로 ‘신조어’나 ‘유행어’로 인지되며, ‘초성체’나 ‘줄임말’ 표현으로 인식되고 있음. 일부 변동상을 사용한 상품명도 사용되었으나, 해당 현상에 대한 부정 의견은 적었음.
- ‘한글 변동상’은 일시적인 유행현상으로, 국민들은 중립적인 태도로 수용하고 있으며, 언론은 다소 비판적 태도를 유지함.
  - 한글 변동상을 상품명에 반영하며 온라인상의 한글 표기 변화가 오프라인으로 연계되는 양상을 보임.
  - 외계어, 야민정음을 잇는 일시적인 유행 현상으로 간주하되, 상품명에 영향을 미치는 한글 표기의 변동상을 주목할 필요가 있음.



### 3. 한글박물관에 대한 인식

- ‘한글박물관’에 대한 네이버 블로그 게시글을 시계열 분석한 결과, 주로 한글의 디자인과 관련된 전시회의 반응량이 높게 나타났음. 한편, 언론 게시글을 분석한 결과 한글박물관의 아래아 한글 1.0 유물 지정에 대한 반응량이 높게 나타났음.
- ‘한글박물관’의 게시글을 분석한 결과, 블로그와 언론 모두에서 ‘전시’와 관련된 키워드가 높은 빈도로 등장함.
  - 단어 빈도 분석 결과, 블로그에서는 ‘아이’의 ‘체험’에 대한 키워드를 고빈도로 사용함. 한편, 언론에서는 전시 자체에 대해 ‘작가’나 ‘작품’을 강조하였으나, 반응량은 높지 않았음.
  - 감성 분석 결과, 한글박물관이 새로운 경험을 제공한다는 측면에서 긍정 표현을 사용하였으며, 한글박물관 외의 다른 곳에서는 한글에 대해서 알 수 없다는 아쉬움을 표현하는 측면에서 부정 표현이 사용함.
- ‘한글박물관’의 의미망을 분석한 결과, ‘박물관’과 ‘체험’에 비해 ‘한글박물관’과 ‘체험’의 연결 강도가 약한 것을 확인함.
  - 이는 한글박물관의 콘텐츠를 고유한 것으로 언급하기 보다는 일반적인 박물관의 차원에서 언급하고 있기 때문으로 보임.
  - 한글박물관의 체험 공간 및 체험 전시 콘텐츠에 대해 더욱 적극적인 홍보가 필요함.
- ‘한글박물관’은 한글에 대해 새로운 가치를 인식하는 공간이며, 이를 위해 체험 및 국민의 생활과 관련된 흥미를 끌 수 있는 전시의 확대가 필요함.
  - 한글박물관을 통해 한글의 가치를 재고하고, 다양한 문화적 측면에 대해 언급하는 경향을 보임.
  - 다만, 관람객의 체험에 대한 언급이 한글박물관이 제공하는 콘텐츠로 언급되지 않고 있음.
  - 한글박물관의 한글 유물 소장 및 전시는 고유한 것으로 인식하나, 체험 콘텐츠는 그렇지 못함.
  - 또한, 일반국민은 ‘아래아 한글 1.0’ 유물 지정 같은 생활과 관련된 한글 콘텐츠가 높은 반응을 보여, 국민의 관심을 선제적으로 반영한 전시 기획이 필요함

## 제3장. 결과 분석

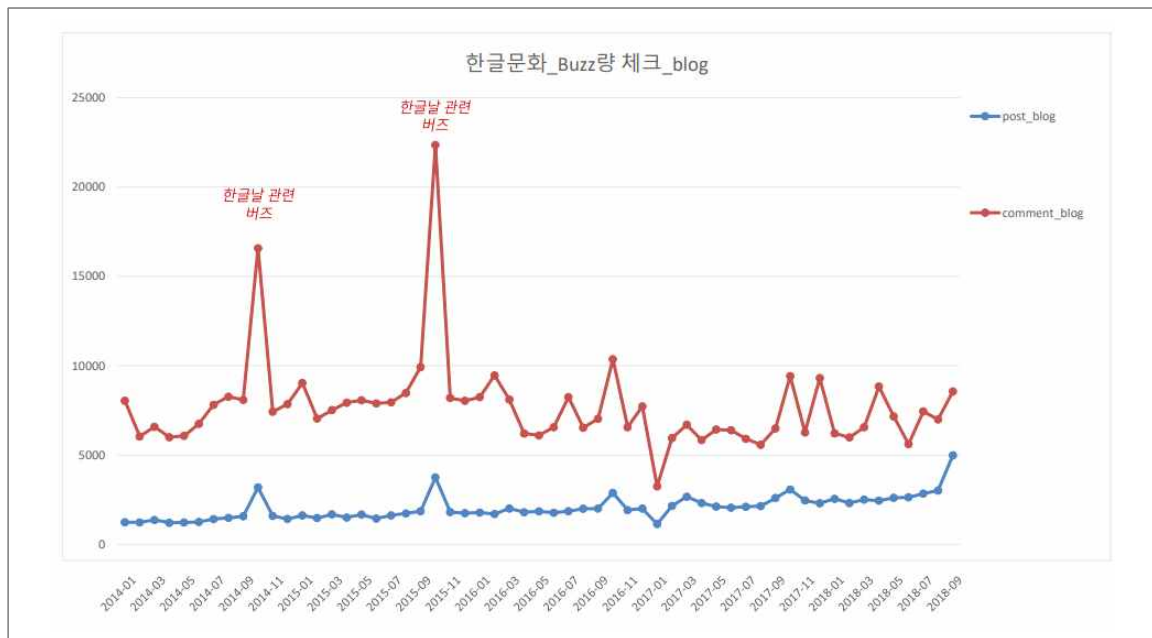
### 1. 시계열 분석

#### 가. ‘한글문화’ 관련 게시물 시계열 추이 분석

○ ‘한글문화’ 관련 블로그 게시물 추이를 분석

- 한글문화 키워드를 포함한 네이버 블로그 게시물의 큰 증감은 존재하지 않으나, 한글날이 있는 10월 중심으로 증가하는 경향을 보임.
- 2014년 10월과 2015년 10월에 ‘한글 폰트’ 관련 게시글에 댓글양이 많음.
- 한글날을 중심으로 다양한 한글 폰트에 대한 관심이 집중되는 경향이 존재함.

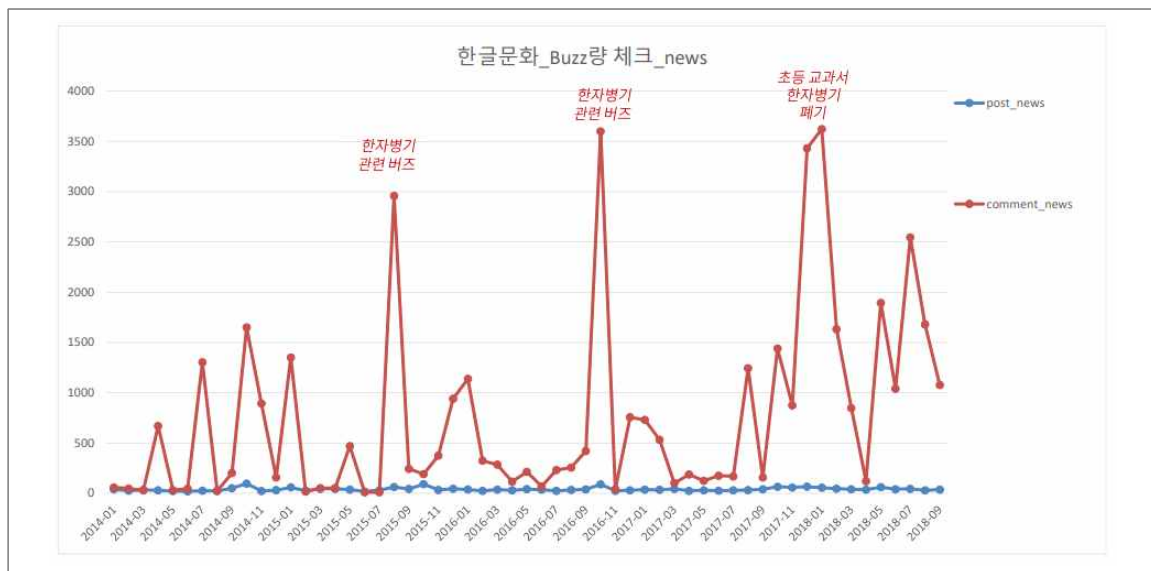
<그림 IV-3-1> ‘한글문화’ 관련 블로그 게시물 추이 분석 결과



## ○ ‘한글문화’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석

- 2015년 8월과 2016년 10월에 교육부의 초등학교 교과서 한자 병기 추진에 대한 부정적인 기사가 높은 반응을 보임.
- 2017년 12월 초등 교과서 한자 병기의 폐기 방침에 대한 기사가 높은 반응을 보임.
- 해당 기사의 댓글은 초등학생에게는 한글을 중심으로 교육해야 한다는 의견이 중심임.

&lt;그림 IV-3-2&gt; ‘한글문화’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석 결과

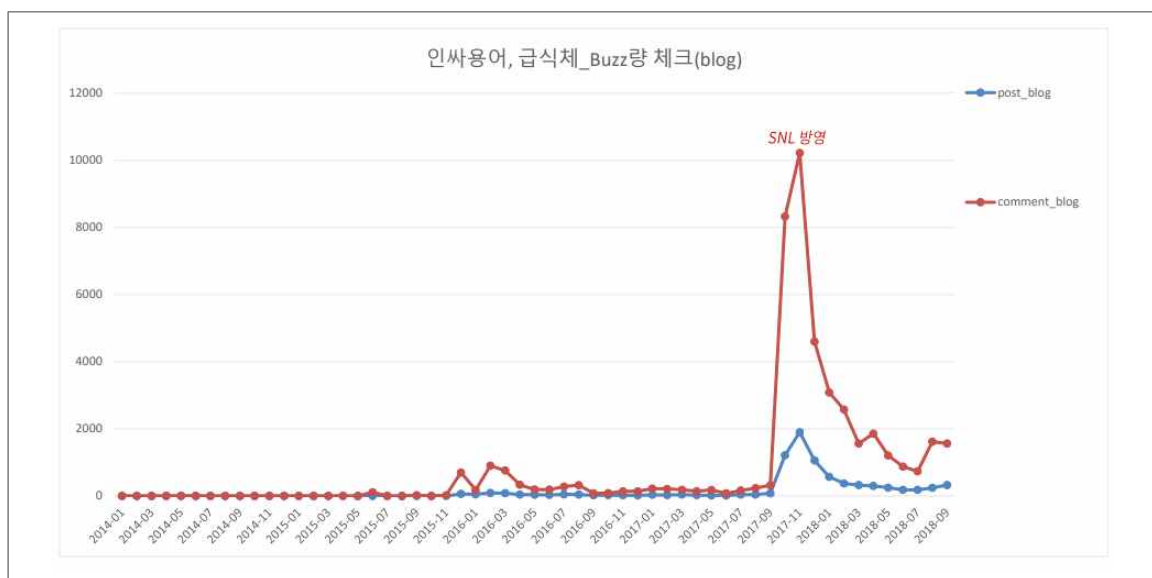


## 나. ‘한글 변동상’ 관련 게시물 시계열 추이 분석

### ○ ‘한글 변동상’ 관련 블로그 게시물 추이 분석

- 2017년 11월 TV 예능 프로그램에서 최근 유행하는 한글의 변용어 중 하나인 ‘급식체’를 다룬 프로그램을 방영한 후, 게시물과 댓글양이 급격히 증가함.
- 2017년 12월 이후, 게시물과 댓글이 감소하는 추이로 한글의 변동상(급식체와 인싸 용어 등)은 일시적인 유행으로 보임.

<그림 IV-3-3> ‘한글 변동상(급식체)’ 관련 블로그 게시물 추이 분석 결과



## ○ ‘한글 변동상(급식체, 인싸 용어)’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석

- 2016년 1월 급식체의 등장과 관련한 기사가 높은 반응을 얻었으며, 댓글에서 급식체가 일시적 유행이라는 의견과 이해하기 어렵다는 의견이 있었음.
- 2018년 8월 초성체의 사용에 대해서 뭐든 짧게 축약해서 사용하려는 현대인의 태도와 결부시켜 해석한 기사가 높은 반응을 얻었으며, 댓글에서는 맞춤법 등의 이유로 부정적인 반응이 주를 이뤘음.
- 급식체 및 인싸 용어 등장 초기의 유보적인 판단이 시간이 지나며 비판적인 판단으로 변화하는 현상이 보임.

&lt;그림 IV-3-4&gt; ‘한글 변동상(급식체)’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석 결과

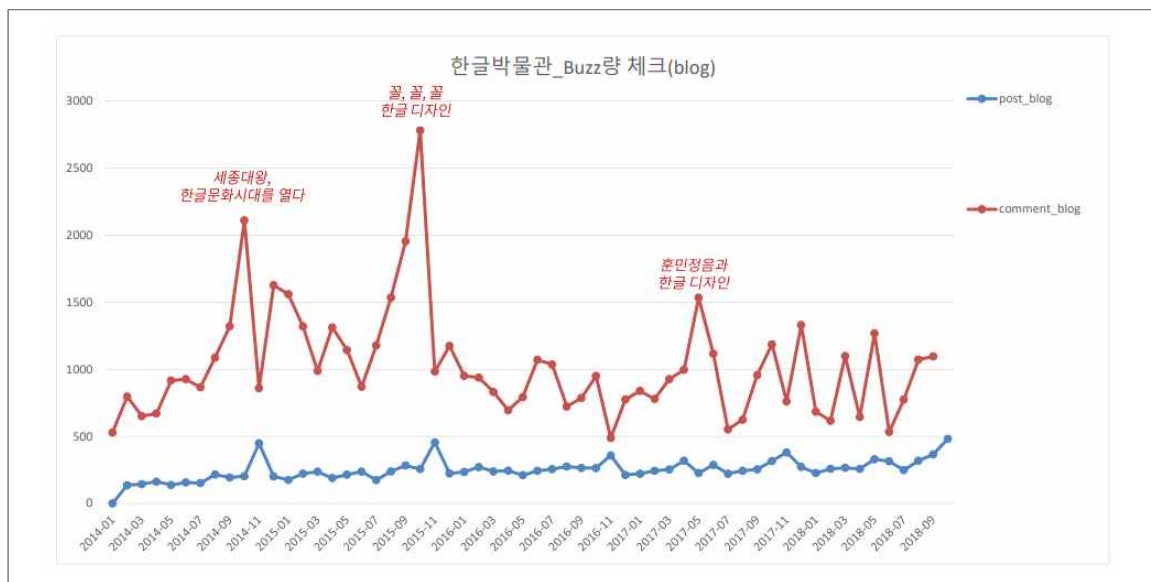


## 다. ‘국립한글박물관’ 관련 게시물 시계열 추이 분석

### ○ ‘국립한글박물관’ 관련 블로그 게시물 추이 분석

- 2014년에 진행된 ‘세종대왕 한글문화 시대를 열다’와 2015년 ‘꼴, 꼴, 꼴 한글 디자인’, 2017년 ‘훈민정음과 한글 디자인’ 전시에 대해 높은 게시글과 댓글이 발생함.
- 주로 한글의 이미지 중심의 전시회에 대해 높은 반응량이 나타남.

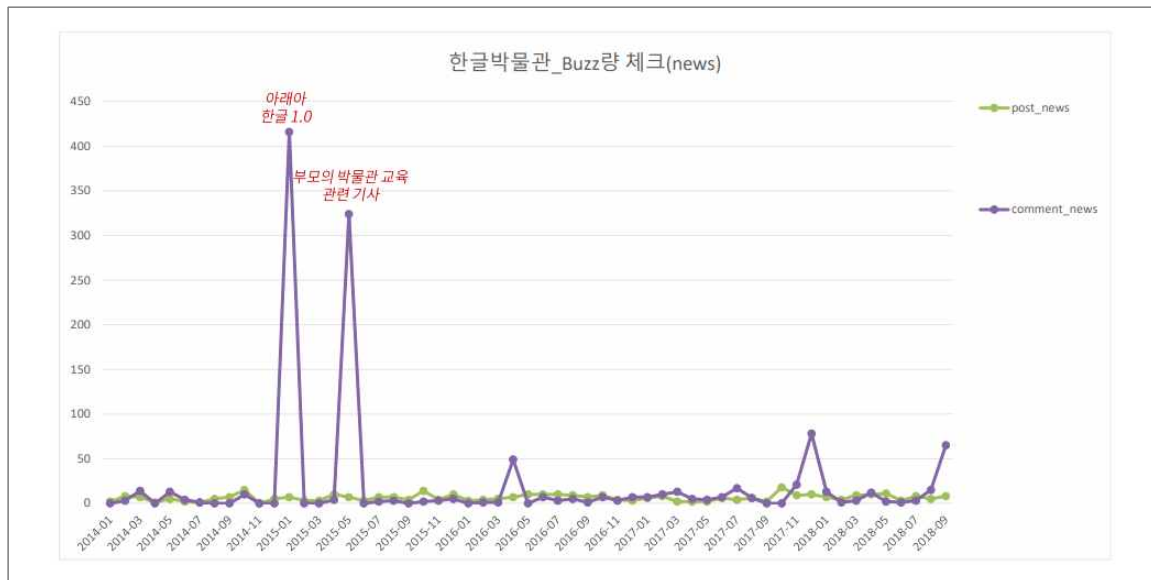
<그림 IV-3-5> ‘국립한글박물관’ 관련 블로그 게시물 추이 분석 결과



## ○ ‘국립한글박물관’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석

- 2015년 1월 ‘아래아한글 1.0의 등록문화재 지정’ 기사에 대한 반응이 높았으며, 컴퓨터 소프트웨어가 문화재가 된 것을 특별하게 받아들이는 댓글이 중심임.
- 이 외에 ‘국립한글박물관’이 중심이 된 기사 중 높은 반응량을 보인 것은 없었음.
- ‘아래아한글 1.0’은 현대적 관점에서 한글문화를 풀어냈다는 점에서 국민들이 높은 관심과 공감을 보임.

&lt;그림 IV-3-6&gt; ‘국립한글박물관’ 관련 뉴스 게시물 추이 분석 결과



## 2. 단어 빈도수 및 감성 분석

### 가. 한글문화에 대한 일반 인식\_한글

○ 연도별 한글 관련 사건 및 행사 관련 주요 키워드 변화 개요

- 서치 키워드가 ‘한글’, ‘한글문화’임에도 불구하고, 문자로서 한글의 특징, 가치에 대해 언급하기보다는 사건, 행사 관련 언급이 중심인 경향을 보임.
  - 초등학교 교과서 한자 병기, 한글날 공휴일, 한글날 행사 등.
- 초등교과서 한자 병기에 대한 관심이 정책이 폐기됨에 따라 점차 한글날과 관련된 연휴 및 행사로 이동함.
- 특히, 2018년 ‘통일’과 관련된 키워드가 처음 등장하였으며, 남한 및 북한의 다른 우리말 표기 및 사용에 대한 관심이 등장함.

○ 연도별 한글 관련 사건 및 행사 관련 키워드 빈도 분석 개요

- 2014~2016년 사이 초등 교과서 한자 병기와 관련해 ‘한자’, ‘병기’, ‘초등교과서’ 등의 키워드가 높은 빈도로 등장함.
- 2017년에는 긴 연휴로 인해 ‘한글날’과 ‘임시 공휴일’ 등의 휴식과 관련된 표현이 높은 빈도로 등장함.
- 2018년에는 광화문 광장에서 진행된 한글날 관련 행사들이 높은 반응을 얻어 ‘한글날’과 함께 ‘시민’, ‘홍보’, ‘행사’ 등의 키워드가 높은 빈도로 등장함.

○ 연도별 한글 관련 사건 및 행사 관련 감성 분석 개요

- 한글과 관련된 주요 긍정 표현으로는 (체험을)‘할 수 있다’, ‘축제’, ‘여행’(을 통해서 한글의 소중함을 느꼈다) 등이 등장하였음.
- 한글 관련 콘텐츠의 체험 및 한글이 없는 낯선 환경에서 한글에 대한 긍정 표현이 주로 등장함.
- 한글과 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘(맞춤법이/외국어 표기가) 어렵다’, ‘(정확히 알지) 못하다’, ‘(한자병기 정책과 관련하여) 지난하다’, ‘(컴퓨터에서 한글 입력이/아이의 글씨가) 이상하다’ 등이 등장함.
- 한글의 맞춤법 표기에 관한 어려움을 겪을 때, 한글 표기 및 표현 능력의 부족함을 느낄 때 한글에 대한 부정 표현이 주로 등장함.



〈표 IV-3-1〉 한글 관련 키워드 분석

| 구 분  | 한글 관련 키워드 분석 |   |
|------|--------------|---|
|      | 워드 클라우드4)    | 감성 분석   |
| 2014 |              | <div><div>긍정<br/>Expression 1805</div><div>57%</div><div>할 수 있다</div><div>입학</div><div>여행</div></div> <div><div>부정<br/>Expression 1034</div><div>40%</div><div>어렵다</div><div>말뿐인</div><div>지난하다</div></div>     |
| 2015 |              | <div><div>긍정<br/>Expression 1822</div><div>58%</div><div>축제</div><div>할 수 있다</div><div>여행</div></div> <div><div>부정<br/>Expression 1180</div><div>39%</div><div>이상하다</div><div>못하다</div><div>지적하다</div></div>    |
| 2016 |              | <div><div>긍정<br/>Expression 783</div><div>53%</div><div>할 수 있다</div><div>자유롭다</div><div>사랑스럽다</div></div> <div><div>부정<br/>Expression 645</div><div>44%</div><div>어렵다</div><div>지적하다</div><div>지난하다</div></div> |
| 2017 |              | <div><div>긍정<br/>Expression 945</div><div>62%</div><div>연휴</div><div>할 수 있다</div><div>평화</div></div> <div><div>부정<br/>Expression 537</div><div>35%</div><div>지난하다</div><div>못하다</div><div>이상하다</div></div>      |
| 2018 |              | <div><div>긍정<br/>Expression 873</div><div>63%</div><div>축제</div><div>연휴</div><div>할 수 있다</div></div> <div><div>부정<br/>Expression 251</div><div>36%</div><div>이상하다</div><div>지난하다</div><div>못하다</div></div>      |

4) 워드클라우드(word cloud)란, 텍스트 데이터에서 얻은 키워드들을 특정한 기준을 바탕으로 분석하여 시각화하는 기법임. 본 연구에서는 연도별 블로그/기사 데이터를 분석하여 높은 빈도를 보인 단어들을 추출하였으며, 이를 통해 연도별로 높은 빈도로 언급된 키워드와 주요 키워드의 변화를 알 수 있음.

## 나. 한글에 대한 일반 인식\_한글의 역사

### ○ 연도별 한글 역사 관련 주요 키워드 변화 개요

- 한글 역사와 관련되어 한글 창제와 관련된 키워드 및 한글의 사용과 관련된 키워드가 고빈도로 나타남.
  - 세종대왕, 훈민정음, 문자, 작품, 작가 등.
- 한글의 역사적 맥락과 가치를 한자 등의 다른 문자와 비교하는 경향을 보임.
- 특히, 2018년에는 세종대왕 즉위 600주년을 맞아 다양한 행사가 시행됨에 따라, 연관 키워드들이 등장함.
  - 프로그램, 역사, 맞춤법 등.

### ○ 연도별 한글 역사 관련 키워드 빈도 분석 개요

- 2015~2016년 ‘한자’, ‘병기’, ‘교과서’ 등의 한자 병기와 관련된 키워드가 등장함.
- 2017년에는 평창 올림픽 등 한글과 관련된 ‘디자인’ 상품과 관련된 키워드가 높은 빈도로 등장함.
- 2018년에는 ‘세종대왕’과 관련된 ‘프로그램’ 및 세종대왕이 창제한 한글의 역사적 가치를 언급하며 ‘맞춤법’의 중요성과 관련된 키워드가 등장함.

### ○ 연도별 한글 역사 관련 감성 분석 개요

- 한글 자체와 관련된 주요 긍정 표현으로는 ‘(한글 창제로 인해 한글 사용을) 할 수 있다’, ‘(한글 역사를 체험하는) 축제’, ‘좋다’ 등이 등장함.
- 더불어, 한글의 ‘발전’, 한글 창제에 대한 ‘감사’, 한글이 좋은 언어라는 ‘자신감’ 등이 긍정 표현으로 등장함.
- 한글 자체와 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘(한글 역사에 대해 알지) 못하다’, ‘(한글 표기가) 이상하다’ 등이 등장함.
- 한글을 역사에 대해 제대로 알고 있지 ‘못함’에 대한 아쉬움, 한글 표기를 해치는 ‘이상한’ 한글 표기법에 대해 부정 표현이 주로 등장함.

&lt;표 IV-3-2&gt; 한글의 역사 관련 키워드 분석

| 구 분  | 한글의 역사 관련 키워드 분석   |  |
|------|--|--|
|      | 워드 클라우드  | 감성 분석  |
| 2014 | <p>한국어 공부 시작</p> <p>문자 사용 세종대왕 학생</p> <p>사실 사람 한글 역사</p> <p>한글날 국가 한글 문화 다양</p> <p>중국 세종 국민 안전 세계</p> <p>이야기 교육 도서관</p> <p>우리나라 조선 당시</p>        | <p>긍정 Expression 1389 64%</p> <p>할 수 있다 발전 명예</p> <p>부정 Expression 292 35%</p> <p>못하다 사고 이상하다</p>      |
| 2015 | <p>한자병기 축제 제공</p> <p>우리말 편지 한자 세종대왕</p> <p>교과서 연구 음악 한글 문자 문화</p> <p>반대 진행 대표 교수 이야기</p> <p>오후 다양 주제 우리</p> <p>전시 세계 사람 한국 시작 미국</p> <p>역사</p>   | <p>긍정 Expression 1963 62%</p> <p>할 수 있다 중요함 자신하다</p> <p>부정 Expression 1132 36%</p> <p>못하다 이상하다 어렵다</p> |
| 2016 | <p>참여 우리말 시민 훈민정음</p> <p>대상 행사 한국대표 작품 글자</p> <p>올해 한글 주제 우리</p> <p>국회 사람 한글 다양</p> <p>가치 작가 문화 문자 교수</p> <p>제공 활자 한글날 생각 세종대왕</p> <p>전시 한자</p>  | <p>긍정 Expression 1066 57%</p> <p>할 수 있다 축제 좋아요</p> <p>부정 Expression 746 40%</p> <p>못하다 지난하다 고전하다</p>   |
| 2017 | <p>정부 훈민정음 이후</p> <p>전시 국민 사람 서울 시작 시대</p> <p>작가 때문 한글 대통령</p> <p>당시 우리 한글 한국대표</p> <p>디자인 생각 한글날 문화</p> <p>사장 이름 세종 세종대왕</p> <p>서촌 나라 선정 역사</p> | <p>긍정 Expression 1700 63%</p> <p>할 수 있다 감사 새롭다</p> <p>부정 Expression 973 35%</p> <p>지난하다 못하다 고전하다</p>   |
| 2018 | <p>사업대통령 경복궁</p> <p>진행 문화대표 중국방 문</p> <p>우리 한국 작가 작품</p> <p>다양 시작 세종 맞춤법</p> <p>세종대왕 표로 당시 램 이름</p> <p>노인역사한글 사진 조선</p> <p>여성이 이야기</p>           | <p>긍정 Expression 1912 63%</p> <p>할 수 있다 축제 자신하다</p> <p>부정 Expression 1148 36%</p> <p>지난하다 이상하다 못하다</p> |

## 다. 한글에 대한 일반 인식\_한글 관련 이슈

### ○ 연도별 한글 사용 관련 주요 키워드 변화 개요

- 한글 사용과 관련된 키워드는 한글 교육과 관련된 키워드 및 일상생활에서 한글의 사용과 관련된 키워드와 함께 등장하는 경향을 보임.
  - 학생, 교육, 공문서, 우리말 등.
- 다른 주제와 대조되어, 한자 병기와 관련된 키워드가 2018년까지 높은 빈도로 교육 이외의 주제와 결부하며 등장함.
- 특히, 2018년은 일상생활에서의 언어 표현과 관련된 단어가 비교적 높은 빈도로 등장함.
  - 속담, 사자성어, 맞춤법 등.

### ○ 연도별 한글 사용 관련 키워드 빈도 분석 개요

- 2014~2017년 ‘한자’, ‘병기’, ‘교과서’ 등의 한자 병기와 관련된 키워드가 등장함.
- 2014~2017년 ‘한자’, ‘병기’와 관련해 ‘한글전용’이 높은 빈도로 등장하였으며, ‘교과서’뿐만 아니라 ‘공문서’와도 함께 등장하며, 문서 작성에 한글만을 사용해야 함을 주장하는 경향이 있음.
- 2018년에는 사자성어 및 속담을 학습할 수 있는 교구의 등장으로, ‘한자어’의 ‘사자성어’와 ‘한글’의 ‘속담’ 키워드가 높은 빈도로 등장함.

### ○ 연도별 한글 사용 관련 감성 분석 개요

- 한글 사용과 관련된 주요 긍정 표현으로는 (한글을 공부/연습)‘할 수 있다’, ‘좋다’ 등이 등장함.
- 더불어, 한글의 ‘자유로운’ 표현, ‘이해하기’ 쉬움, ‘품격’ 있음 등의 맥락에서 긍정 표현이 등장함.
- 한글 자체와 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘(한글 쓰기가/ 교육이) 어렵다’, ‘(한글 교육에 집중하지/교육이 충분하지) 못하다’ 등이 등장함.

&lt;표 IV-3-3&gt; 한글 관련 이슈에 대한 키워드 분석

| 구 분  | 한글 관련 이슈 키워드 분석 |  |
|------|-----------------|--|
|      | 워드 클라우드         | 감성 분석  |
| 2014 |                 | <div> <div>긍정<br/>Expression: 289</div> <div>59%</div> <div>할 수 있다</div> <div>발전</div> <div>자유롭다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 187</div> <div>39%</div> <div>지난하다</div> <div>지적하다</div> <div>어렵다</div> </div> |
| 2015 |                 | <div> <div>긍정<br/>Expression: 727</div> <div>50%</div> <div>할 수 있다</div> <div>해방</div> <div>이해하다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 705</div> <div>48%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> <div>어렵다</div> </div>  |
| 2016 |                 | <div> <div>긍정<br/>Expression: 354</div> <div>52%</div> <div>할 수 있다</div> <div>청명하다</div> <div>중요함</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 313</div> <div>46%</div> <div>어렵다</div> <div>지난하다</div> <div>못하다</div> </div> |
| 2017 |                 | <div> <div>긍정<br/>Expression: 148</div> <div>50%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> <div>품격</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 121</div> <div>46%</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> <div>말론인</div> </div>    |
| 2018 |                 | <div> <div>긍정<br/>Expression: 19</div> <div>68%</div> <div>할 수 있다</div> <div>행복</div> <div>평화</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 91</div> <div>33%</div> <div>어렵다</div> <div>사고</div> <div>비판</div> </div>         |



## 라. 언론에서의 한글에 대한 인식

### ○ 언론의 고빈도 키워드 개요

- 언론은 한글문화와 관련된 기사에서 한글의 가치 및 올바른 사용의 당위성을 주장하며, 맞춤법에 어긋나는 한글 표기 등에 대해 제도 차원에서 접근함.
- 또한, 초등교과서의 한글 및 한자 병기에 대해 일반 국민보다 민감하게 반응하며, 한글 사용의 당위성을 비교적 강하게 주장함.

### ○ ‘한글 자체’의 언론 고빈도 키워드

- 한글 자체와 관련해서는 ‘한자’와의 비교 또는 ‘한글날’에 대한 키워드가 높은 빈도로 나타남.
- 긍정표현은 주로 한글날과 관련된 ‘축제’나 ‘연휴’에서 등장하며, 부정 표현은 한글을 ‘이상하게’ 사용하는 행동을 비판하며 나타남.

### ○ ‘한글역사’의 언론 고빈도 키워드

- 한글 역사에 대해서는 ‘세종대왕’ 및 ‘작가’, ‘작품’ 등 ‘문화’와 관련된 키워드가 높은 빈도로 나타남.
- 긍정표현은 한글과 관련된 ‘축제’ 및 작가 및 작품과 등장하며, 부정표현은 한글을 ‘이상하게’ 사용하는 행동을 비판하며 나타남.

### ○ ‘한글 사용’의 언론 고빈도 키워드

- 한글 사용에 대해서는 ‘한자’가 ‘한글’만큼이나 고빈도로 등장함. 이는 초등교과서 한자 병기에 대해 높은 빈도로 언급하였기 때문임.
- 긍정표현은 주로 한글의 ‘중요함’을 강조할 때 등장하며, 부정 표현은 주로 한자에 대해 언급할 때 나타남.

&lt;표 IV-3-4&gt; 한글문화 관련 뉴스 데이터 분석

| 구 분  | 한글문화 관련 뉴스 데이터 분석 |   |
|------|-------------------|---|
|      | 워드 클라우드           | 감성 분석   |
| 한글자체 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression: 5149</div> <div>59%</div> <div>필수 있다</div> <div>축제</div> <div>연휴</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 3489</div> <div>40%</div> <div>이상하다</div> <div>어렵다</div> <div>못하다</div> </div>    |
| 한글역사 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression: 5620</div> <div>62%</div> <div>할 수 있다</div> <div>축제</div> <div>자신하다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 3394</div> <div>36%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> <div>어렵다</div> </div> |
| 한글사용 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression: 5029</div> <div>52%</div> <div>할 수 있다</div> <div>중요함</div> <div>새롭다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 4381</div> <div>45%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> <div>어렵다</div> </div> |

## 마. 한글 변동상\_블로그 게시글

### ○ 연도별 한글 변동상 관련 주요 키워드 변화 개요

- 초기에는 ‘게임’ 등 온라인상에서 일부 청소년이 사용하던 언어 표현이었지만, 점차 생활과 연결되며 오프라인으로 이어진 것을 알 수 있음.
- 초기에는 ‘말투’로서 인식되며 특정 표현들과 연결되었으나, 점차 초성체 및 줄임말과 연결되며 하나의 유행 현상으로 받아들여지고 있음.

### ○ 연도별 한글 변동상 관련 키워드 빈도 분석 개요

- 2016년에는 ‘급식체’ 관련 표현이 높은 빈도로 등장하기 시작하였으며, 급식체에 해당하는 말투인 ‘인정’, ‘부분’ 등이 등장하였으나, ‘게임’에서 주로 사용됨.
- 2017년에는 ‘친구’, ‘사진’이 높은 빈도로 등장하며, ‘급식체’가 유행하여 보다 폭넓게 사용되기 시작함.
- 2018년 급식체 관련 표현이 ‘학교’, ‘이야기’, ‘케이크’ 등 다방면으로 사용되기 시작함.

### ○ 연도별 한글 변동상 관련 감성 분석 개요

- 한글 변동상과 관련된 주요 긍정 표현으로는 ‘좋다’, ‘새롭다’ 등이 있음.
- 이는 급식체 표현에서 ‘좋다’와 관련된 표현을 사용하기 때문인 것으로 보임.
- 한글 변동상과 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘말뿐이다’, ‘이상하다’ 등이 있음.
- 주로 급식체의 표기나 언어 표현에서 오는 거부감을 표현하며 부정 표현이 등장함.



&lt;표 IV-3-5&gt; 한글 변동상 관련 키워드 분석

| 구 분  | 한글 변동상 관련 키워드 분석 |   |
|------|------------------|---|
|      | 워드 클라우드          | 감성 분석   |
| 2016 |                  | <p>긍정<br/>Expression: 6545<br/>53%</p> <p>좋아요<br/>최신<br/>좋아하다</p> <p>부정<br/>Expression: 5369<br/>42%</p> <p>못하다<br/>이상하다<br/>말뿐인</p>  |
| 2017 |                  | <p>긍정<br/>Expression: 6303<br/>57%</p> <p>좋아요<br/>좋아하다</p> <p>부정<br/>Expression: 6174<br/>40%</p> <p>못하다<br/>말뿐인</p>                  |
| 2018 |                  | <p>긍정<br/>Expression: 6816<br/>60%</p> <p>좋아요<br/>맛있니<br/>좋아하다</p> <p>부정<br/>Expression: 4520<br/>35%</p> <p>못하다<br/>말뿐인<br/>이상하다</p> |

## 바. 한글 변동상\_언론

### ○ 연도별 한글 변동상 관련 언론 주요 키워드 변화 개요

- 본격적으로 변동 현상이 퍼지기 전에는 다소 유보적인 태도를 취했으나, 유행 이후에는 언어 파괴에 대한 우려를 표현하는 경향을 보임.
- 급식체의 표기 및 말투가 맞춤법 및 말하기 습관에 부정적인 영향을 끼칠 것이라 비판함.

### ○ 연도별 한글 변동상 관련 언론 키워드 빈도 분석 개요

- 2016년 급식체 등장 초기에는 해당 현상에 집중하기보다 ‘급식’이라는 표현이 ‘청소년’에 대한 ‘혐오’ 표현으로 인식함.
- 2017년 급식체의 유행 이후에는 이를 ‘학생’들이 사용하는 ‘유행’ 표현이라고 인식함.
- 2018년에는 급식체를 ‘아이’들의 ‘표현’이라 인정하나, 이러한 언어 습관이 ‘말하기’ 및 ‘맞춤법’에 부정적 영향을 끼칠 것이라 인식함.

### ○ 연도별 한글 변동상 관련 언론 감성 분석 개요

- 변동상 자체와 관련된 주요 긍정 표현으로는 ‘대화’, ‘유행’ 등이 등장함.
- 주로 급식체가 ‘유행’하는 ‘대화’ 방식이라는 맥락에서 긍정 표현이 등장함.
- 변동상 자체와 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘헛갈리다’, ‘못하다’ 등이 등장함.
- 주로 급식체가 ‘헛갈리며’, 올바르게 ‘못한’ 표현이라는 맥락에서 부정 표현이 등장함.

&lt;표 IV-3-6&gt; 한글 변동상 관련 언론 분석

| 구 분  | 한글 변동상 관련 언론 분석 |   |
|------|-----------------|---|
|      | 워드 클라우드         | 감성 분석   |
| 2016 |                 | <p>긍정 Expression 24 25%</p> <p>대화 흡족해 하다 제택</p> <p>부정 Expression 70 74%</p> <p>혐오 차별 미성숙하다</p>      |
| 2017 |                 | <p>긍정 Expression 407 51%</p> <p>대화 유행하기도 좋아요</p> <p>부정 Expression 475 49%</p> <p>오지다 지리다 비하</p>     |
| 2018 |                 | <p>긍정 Expression 562 53%</p> <p>할 수 있다 대화 자신하다</p> <p>부정 Expression 464 45%</p> <p>못하다 헛갈리다 어렵다</p> |

## 사. 국립한글박물관 관련\_블로그 게시물

### ○ 연도별 국립한글박물관 관련 주요 키워드 변화 개요

- 조사기간 동안 박물관의 전시와 관련된 키워드들이 높은 빈도로 등장함.
- 특히, 박물관의 주 관람 층인 ‘아이’의 ‘체험’과 관련된 키워드들이 등장함.
- 한글에 대해 느끼고 있던 콘텐츠의 아쉬움을 한글박물관이 충족 시켜준다는 긍정적인 평가가 많음.

### ○ 연도별 국립한글박물관 관련 키워드 빈도 분석 개요

- 2014~2018년 전 기간, 박물관과 관련되어 ‘사진’, ‘아이’, ‘전시’, ‘작품’이 높은 빈도로 등장함.
- 2014년 국립한글박물관의 개관과 더불어, ‘한글’의 ‘다양’한 ‘문화’적 측면을 알 수 있었다는 언급이 있었으며, 이러한 키워드는 전 기간에 걸쳐 등장함.
- 전 기간 ‘사진’과 ‘체험’이 고빈도로 등장하며, 한글의 이미지를 중심으로 한 전시 및 체험 중심의 프로그램에 대한 키워드가 높은 빈도로 등장함.

### ○ 연도별 국립한글박물관 관련 감성 분석 개요

- 한글박물관과 관련된 주요 긍정 표현으로는 ‘(체험을) 할 수 있다’, ‘(다양한 자료가/아이를 데리고 가기) 좋다’ 등이 등장하였음.
- 주로 박물관을 통해 아이들에게 새로운 경험을 ‘줄 수 있다’는 맥락에서 긍정 표현이 등장함.
- 한글박물관과 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘(아이가 전시 이해를) 못하다’, ‘(기획, 전시 주제가 한글과 밀접하지 않아) 이상하다’ 등이 등장하였음.
- 한글박물관의 체험 콘텐츠에 대해서는 긍정적으로 평가하나, 전시에 대해서는 아이의 어려움이나, 한글과의 연계성을 파악하는 데 어려움을 겪고 있는 것으로 보임.

&lt;표 IV-3-7&gt; 국립한글박물관 관련 키워드 분석

| 구 분  | 국립한글박물관 관련 키워드 분석 |  |
|------|-------------------|--|
|      | 워드 클라우드           | 감성 분석  |
| 2014 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 119100</div> <div>64%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 62786</div> <div>34%</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> </div>  |
| 2015 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 121100</div> <div>64%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 79590</div> <div>34%</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> </div>  |
| 2016 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 149196</div> <div>65%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 76285</div> <div>32%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> </div> |
| 2017 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 125789</div> <div>66%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 70138</div> <div>31%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> </div> |
| 2018 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 143888</div> <div>64%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 78829</div> <div>34%</div> <div>못하다</div> <div>건조하다</div> </div> |

## 아. 국립한글박물관 관련\_언론

### ○ 연도별 한글 박물관 관련 주요 키워드 변화 개요

- 조사기간 동안 박물관의 전시와 관련된 키워드들이 높은 빈도로 등장함.
- 박물관의 전시에 대한 정보 전달과 관련된 키워드가 중심으로 등장함.

### ○ 연도별 국립한글박물관 관련 키워드 빈도 분석 개요

- 2014~2018년 전 기간에 걸쳐 박물관과 관련되어 ‘전시’, ‘작품’, ‘작가’가 높은 빈도로 등장함.
- 전 기간 동안 국립한글박물관의 전시회에 대한 정보 전달성 기사가 많았으며, 2017년 국립한글문학관의 설립과 관련해 각 기관의 역할에 대한 논의가 있었음.

### ○ 연도별 국립한글박물관 관련 언론 감성 분석 개요

- 국립한글박물관과 관련된 주요 긍정 표현으로는 ‘(체험을/참가를) 할 수 있다’, ‘(한글 편지 등의 유물이/감회가) 새롭다’ 등이 등장함.
- 주로 박물관의 전시를 통해 한글의 가치를 ‘새롭게’, ‘알 수 있다’는 맥락에서 긍정 표현이 등장함.
- 국립한글박물관과 관련된 주요 부정 표현으로는 ‘(우리나라의 박물관 문화가 외국에 비해) 못하다’, ‘(한글 관련 유물을 다른 곳에서는 보기) 어렵다’ 등이 등장하였음.
- 국립한글박물관에 대한 부정 표현은 아니었으며, 오히려 한글박물관의 한글 관련 유물을 다른 장소에서도 볼 수 없어 아쉽다는 맥락에서 부정표현이 등장함.



&lt;표 IV-3-8&gt; 국립한글박물관 관련 언론 키워드 분석

| 구 분  | 국립한글박물관 관련 언론 키워드 분석 |   |
|------|----------------------|---|
|      | 워드 클라우드              | 감성 분석   |
| 2014 |                      | <div> <div>긍정<br/>Expression: 1052</div> <div>63%</div> <div>할 수 있다</div> <div>세롭다</div> <div>가치</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 578</div> <div>35%</div> <div>못하다</div> <div>불리하다</div> <div>이상하다</div> </div>  |
| 2015 |                      | <div> <div>긍정<br/>Expression: 1367</div> <div>68%</div> <div>특별하다</div> <div>중요함</div> <div>보물</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 637</div> <div>32%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> <div>시험</div> </div>      |
| 2016 |                      | <div> <div>긍정<br/>Expression: 1149</div> <div>62%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> <div>자신하다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 686</div> <div>36%</div> <div>이상하다</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> </div> |
| 2017 |                      | <div> <div>긍정<br/>Expression: 1514</div> <div>65%</div> <div>할 수 있다</div> <div>중요함</div> <div>평화</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 504</div> <div>33%</div> <div>이상하다</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> </div>   |
| 2018 |                      | <div> <div>긍정<br/>Expression: 1487</div> <div>60%</div> <div>할 수 있다</div> <div>평화</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression: 962</div> <div>39%</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> </div>                                  |

## 자. 2차 빅데이터 조사 키워드 분석

### ○ 2차 빅데이터 조사 키워드 추가 분석 개요

- 1차 분석 이후 추가적으로 분석이 필요한 키워드 군을 ‘한글 일반 인식’, ‘한글 외국인 인식’, ‘한글 교육’ 및 ‘한글 사용’으로 나눠 데이터를 분석함.

### ○ ‘한글 일반 인식’의 키워드 추가 분석 결과

- 한글 일반 인식과 관련된 추가 키워드에서는 ‘일본’, ‘중국’, ‘미국’ 등 외국과 관련된 단어가 높은 빈도로 등장함. 이는 한글의 우수성에 대해 외국과 비교하기 때문임.
- 한글의 우수성을 표현할 때 긍정 표현이, 외국 문자의 한계나 어려움을 표현할 때 부정 표현이 등장함.

### ○ ‘한글 외국인 인식’의 키워드 추가 분석 결과

- 한글 외국인 인식과 관련된 추가 키워드에서는 ‘일본’, ‘중국’, ‘미국’ 등 외국과 관련된 단어가 높은 빈도로 등장함. 또한 ‘외국인’, ‘친구’의 ‘공부’에 대한 언급이 등장하였음.
- 외국 친구들의 한글 공부의 가치에 대한 긍정 표현 및 해당 과정에서의 어려움을 표현하는 부정표현이 등장함.

### ○ ‘한글 교육’의 키워드 추가 분석 결과

- 한글 사용에 대해서는 ‘아이’나 ‘학생’ ‘공부’와 관련된 단어가 높은 빈도‘로 등장함.
- 긍정 및 부정 표현은 학습 성취도와 함께 등장함.

### ○ ‘한글 사용’의 키워드 추가 분석 결과

- 한글 사용에 대해서는 ‘간판’, ‘캘리그래피’ 등의 ‘디자인’ 관련 단어가 높은 빈도로 등장함.
- 긍정표현은 주로 한글 디자인에 대한 반응을 보일 때, 부정표현은 ‘이상한’ 디자인에 대한 반응으로 등장함.



&lt;표 IV-3-9&gt; 2차 빅데이터 조사 키워드 분석

| 구 분              | 2차 빅데이터 조사 키워드 분석 |  |
|------------------|-------------------|--|
|                  | 워드 클라우드           | 감성 분석  |
| 한글에 대한<br>일반 인식  |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 119100</div> <div>64%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 62786</div> <div>34%</div> <div>못하다</div> <div>어렵다</div> </div>                                  |
| 한글에 대한<br>외국인 인식 |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 1863</div> <div>62%</div> <div>할 수 있다</div> <div>중요함</div> <div>자신하다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 1133</div> <div>36%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> <div>어렵다</div> </div>     |
| 한글교육             |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 796278</div> <div>62%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> <div>자신하다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 80387</div> <div>34%</div> <div>못하다</div> <div>시험</div> <div>어렵다</div> </div>    |
| 한글사용             |                   | <div> <div>긍정<br/>Expression 516326</div> <div>62%</div> <div>할 수 있다</div> <div>좋아요</div> <div>자신하다</div> </div> <div> <div>부정<br/>Expression 208880</div> <div>35%</div> <div>못하다</div> <div>이상하다</div> <div>어렵다</div> </div> |

### 3. 의미망 분석

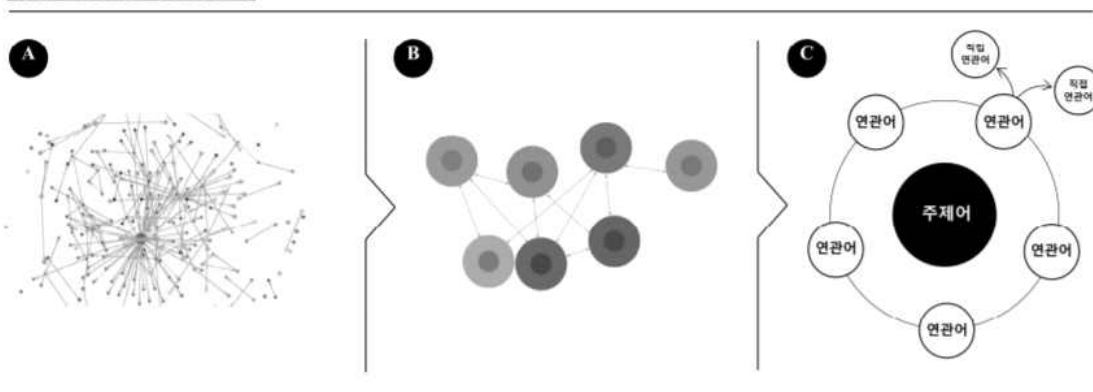
#### ○ 의미망 분석 개요

- 복잡한 텍스트를 구성하는 키워드 간의 연결 관계 속에서 핵심적인 위치를 차지하는 요소(node) 및 동질적인 그룹을 도출함으로써 전체 텍스트의 핵심 내용을 요약해 시각화하는 방법론을 사용함.
- 기존의 정량 중심의 텍스트 마이닝 기법보다 심화된 수준의 통찰을 이끌어냄.
- 특정 키워드의 빈도수뿐만 아니라, 키워드들 간의 연결 패턴을 통해 위치 값을 도출하고 이에 초점을 맞추어 해당 이슈의 중심어와 연관어 등을 파악함.
- 모든 키워드들 간의 연결 관계를 시각화하여 각각의 정보들 간에 심층 분석을 수행하며, 이를 바탕으로 상세한 국민의 정책적 수요와 사회심리학적 인식 프레임에 대한 분석이 가능함.

#### ○ 의미망 분석 개념도

<그림 IV-3-7> 의미망 분석 개념도

의미망의 구성 절차 및 논리



- ① 텍스트의 자동화 코딩을 통해 복잡하게 구성된 의미망(그림 A)은 키워드 연결 패턴이 동질적인 그룹의 주제어 원(그림 B)들로 재구성되어 단순화됨.
- ② 베이저안 네트워크(Bayesian network)의 확률에 따라 주제어 원 사이의 논리적 선후 관계가 화살표(그림 B)로 표시되어 전체 인지구조를 파악하게 함.
- ③ 각각의 주제어 원은 겉의미 지표(betweenness centrality)가 가장 높은 주제어를 중심으로 동시출현의 상관관계가 높은 연관어들로 구성됨(그림 C).

## ○ 의미망 요소 해석

- ① 의미망 상의 키워드 노드(node)의 크기는 중심성(centrality)과 비례하여 시각화 하여, 노드의 크기가 클수록 중심성 지표값이 높은 것으로 해석할 수 있음
- ② 의미망 상에서 서로 함께 등장할 확률이 높은 노드 사이에는 연결(link)이 존재함. 연결의 강도와 선의 굵기는 비례하여, 연결선이 굵을수록 함께 등장할 확률이 높은 것으로 해석할 수 있음.
- ③ 연결선의 방향성은 연결의 선후관계를 나타내는 것으로 단방향 연결선( $A \rightarrow B$ )의 경우, 연결선이 출발하는 키워드(A)가 등장하였을 때, 도착하는 키워드(B)가 함께 등장할 확률이 높은 것으로 해석할 수 있음. 쌍방향 연결선( $A \leftrightarrow B$ )의 경우, 두 키워드의 동시 언급 확률이 높으며, 두 키워드 중 하나가 먼저 등장하면 나머지 키워드가 함께 등장하는 것으로 해석할 수 있음.
- ④ 키워드들은 고정된 의미로 해석되는 것이 아닌, 의미망 상에서 연결되는 관계와 맥락을 바탕으로 논리를 구성함. 어떤 단어가 높은 중심성을 보였는지, 단어들 간의 관계성이 어떠한지를 바탕으로 의미망을 해석해 의미 구조 및 주요 이슈를 파악해 볼 수 있음.

## 가. 한글문화에 대한 의미망 분석

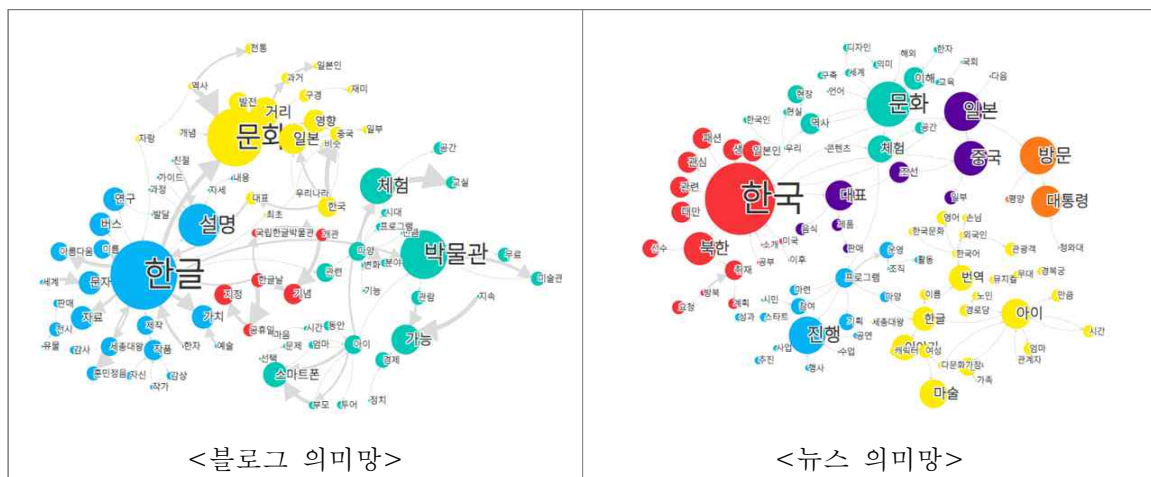
### ○ ‘한글문화’에 대한 블로그 의미망

- 한글문화의 의미망은 전반적으로 ‘한글’, ‘문화’ 및 ‘박물관’에 초점이 맞춰져 있음.
  - 한글에 대해 정보를 얻는 ‘가이드’, ‘설명’ 등의 단어가 함께 등장함.
  - 한글의 ‘가치’, ‘아름다움’ 등 한글 자체의 긍정적인 가치가 함께 등장함.
- 특히, 박물관에 대한 언급이 두드러짐.
  - 박물관에서 ‘아이’와 함께 할 수 있는 ‘다양’한 ‘체험’에 대한 언급이 두드러지나, 국립한글박물관의 고유한 체험으로 직접 연결되지는 않음.

### ○ ‘한글문화’에 대한 뉴스 의미망

- 한글문화의 언론 의미망은 전반적으로 ‘한국’, ‘문화’ 및 ‘외국’에 초점이 맞춰져 있음.
- 언론에서도 블로그와 마찬가지로 ‘아이’가 ‘한글’이 ‘다양’하게 참여할 수 있는 ‘프로그램’에 대한 언급이 존재함.

<그림 IV-3-8> 한글문화에 대한 의미망 분석



## 나. 한글 변동상에 대한 의미망 분석

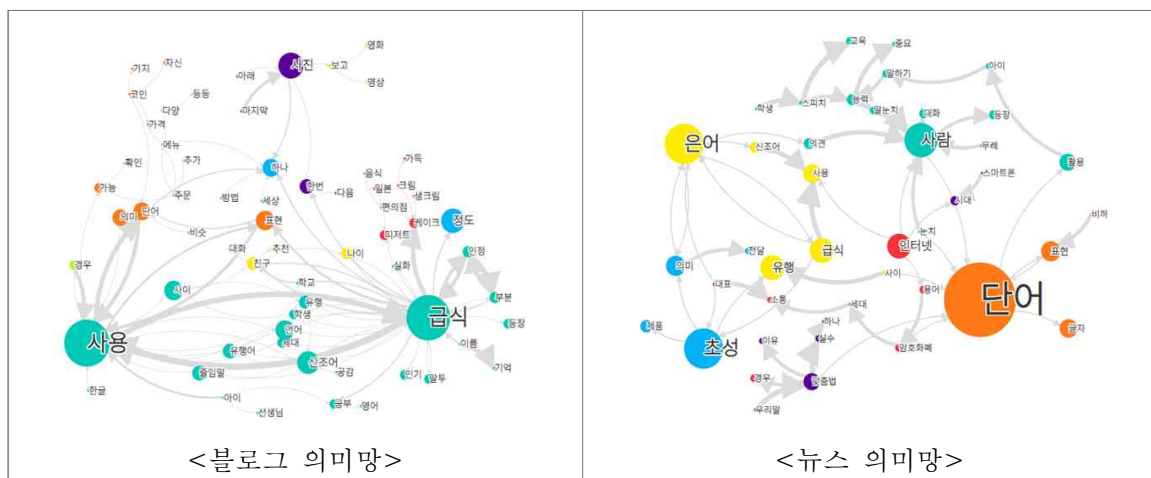
### ○ ‘한글 변동상’에 대한 블로그 의미망

- 한글 변동상의 분석 대상인 급식체는 ‘인기’있는 ‘신조어’ 및 ‘유행어’로 인식됨.
- 한글 변동상이 초기 ‘초성체’에 집중되어 나타나 있던 것이, 점차 ‘줄임말’로 인식됨.
- 일부 상품에서 급식체를 상품명에 반영한 의미망이 형성되었으며, 해당 현상에 대한 부정적 의견은 적었음.

### ○ ‘한글 변동상’에 대한 뉴스 의미망

- 언론은 한글 변동상의 분석 대상인 급식체를 ‘은어’로 인식하며, 주로 ‘초성’ 표현으로 다루고 있음.
- ‘맞춤법’을 ‘훼손’시킬 수 있다는 우려를 표현하는 부정적인 의견이 있었음.

<그림 IV-3-9> 한글 변동상에 대한 의미망 분석



## 다. 국립한글박물관에 대한 의미망 분석

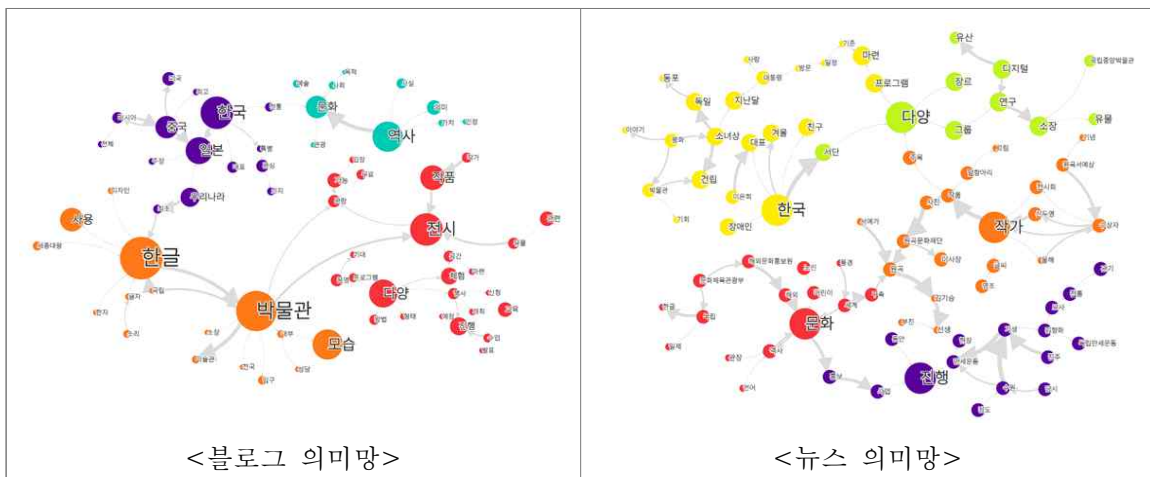
### ○ ‘국립한글박물관’에 대한 블로그 의미망

- 국립한글박물관에 대해서는 ‘전시’ 및 ‘작품’에 초점이 맞춰져 있으며, ‘체험’이나 ‘사진’과는 함께 언급되는 빈도가 적음.
- ‘아이’들이 ‘체험’할 수 있는 ‘공간’이나 ‘전시’에 대한 안내를 통해 ‘박물관’의 고유한 ‘체험’에 대한 콘텐츠 부각이 필요함.

### ○ ‘국립한글박물관’에 대한 뉴스 의미망

- 한글 박물관에 대해서는 ‘문화’, ‘작가’에 초점이 맞춰져 있어, 박물관 자체 보다는 콘텐츠 중심으로 언급되는 경향을 보임.
- ‘전시’에서 ‘작가’를 강조하는 의미망이 등장하여, 언론에서 작가를 강조하는 경향을 보이는 것을 알 수 있음.

<그림 IV-3-10> 국립한글박물관에 대한 의미망 분석



## 라. 2차 빅데이터 조사 주제별 의미망 분석\_한글에 대한 국민/외국인 인식

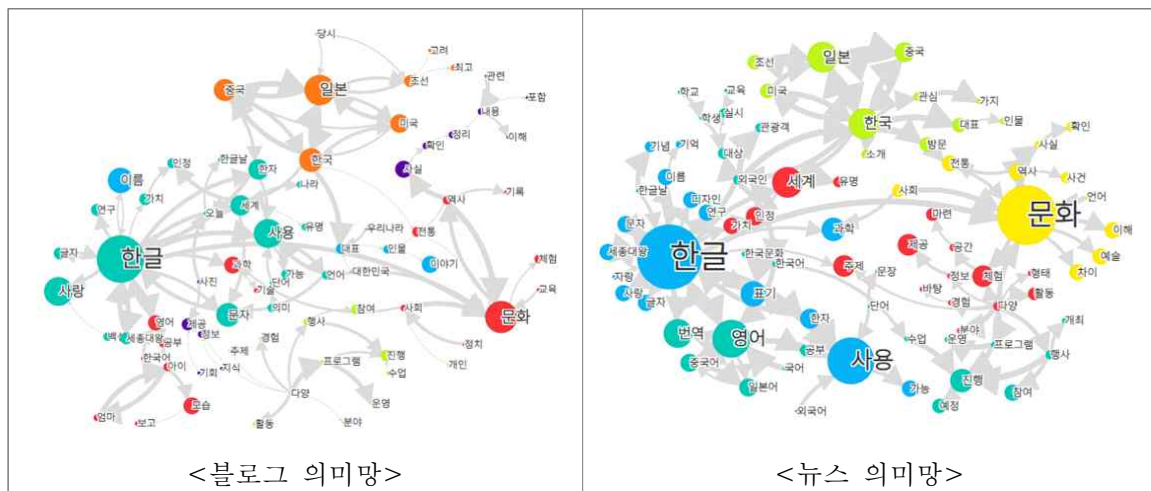
### ○ ‘한글 사용’ 연관 키워드의 의미망

- 한글 사용에 대해서는 한글문화의 의미망과 유사한 양상을 보이며, 한글이 ‘과학’적이 라는 등의 ‘가치’에 대한 언급이 보임.

### ○ ‘한글에 대한 외국인의 인식’ 연관 키워드의 의미망

- 한글에 대한 외국인의 인식은 ‘외국인’이 ‘학생’이나 ‘관광객’의 맥락에서 언급되며, 주로 한글을 ‘공부’하는 맥락으로 이어짐.
- 또한 외국인 관련 키워드로 ‘번역’이 등장하며, 번역의 타당성이나 번역가에 대한 언급이 이어짐.

<그림 IV-3-11> 한글에 대한 국민, 외국인의 인식





## 마. 2차 빅데이터 조사 주제별 의미망 분석\_한글 교육과 한글 사용

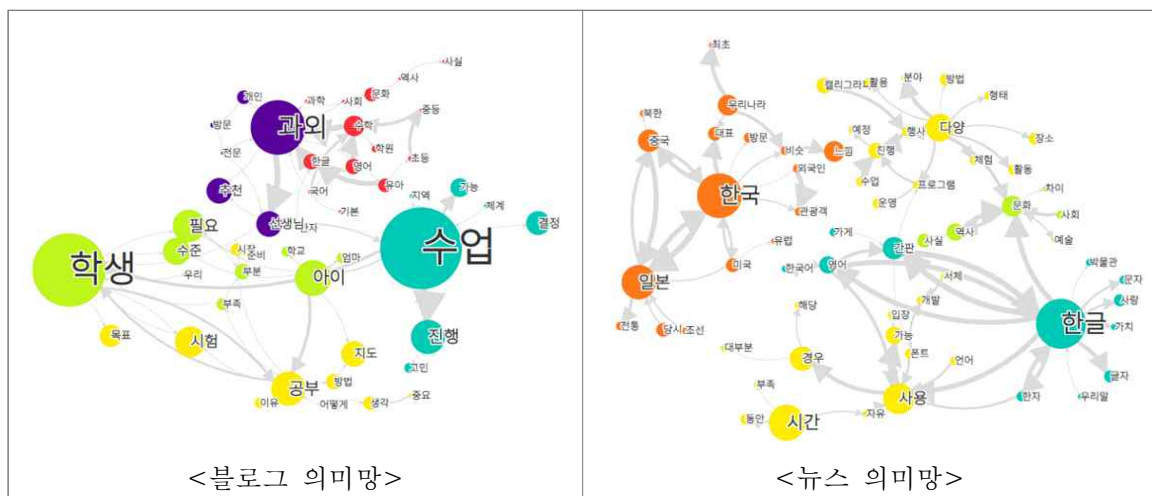
### ○ ‘한글 교육’ 연관 키워드의 의미망

- 한글 교육은 ‘학생’의 ‘과외’나 ‘수업’의 맥락에 초점이 맞춰져 있음.
- 특히, 유아 교육의 맥락에서 ‘한글’과 함께 ‘외국’이 등장하는데, 이러한 현상이 유아들의 한글 표기 및 사용에 영향을 미칠 것으로 보임.

### ○ ‘한글 사용’ 연관 키워드의 의미망

- 한글 사용은 ‘폰트’, ‘간판’ 등의 사용의 맥락에 초점이 맞춰져 있음. 특히, 간판의 경우 한글 표기에 대한 긍정적인 반응이 다수 나타남.
- 한글 사용과 관련한 다양한 행사가 의미망에 드러났는데, 이 중 ‘캘리그래피’가 등장하며, 한글 표기를 디자인적으로 활용하는 행동이 주목을 받는 것으로 보임.

<그림 IV-3-12> 한글 교육과 한글 사용





## V. 결어





## ◎ 결어

### 가. 한글문화의 정의

- 심층면접에 앞서 전문가 15명에게 ‘한글문화’의 정의에 대해 7개의 보기를 주고 질문한 결과, ‘한글을 매개로 이루어진 모든 것’(5명)과 ‘한글을 기반으로 이루어진 문자, 예술, 언어로서의 문화’(4명)라는 2개의 보기가 다수를 차지하였다. 그러나 7명은 다른 보기를 선택하였는데, 이는 각 전문가들의 활동 영역이 다양한 점에 말미암은 것으로 보인다. 문화 또는 하위문화의 정의는 국어국문학이나 언어학, 예술 창작의 영역에서 전문적으로 다루어지는 것이 아니므로 차기 연구에서는 문화인류학 및 인접 분야 전문가들만의 참여로 한글문화의 정의를 탐구할 필요가 있어 보인다.
- 이와 별도로, 한글문화가 디자인 요소로서의 기능까지 포함하는 포괄적 문자로서의 한글을 중심으로 한 하위문화인지, 언어문화의 일부로서의 문화(2차 하위문화)인지에 따라 한글문화의 구성요소 및 한글박물관의 역할이 달라질 수 있어 보인다.
- 언어로서의 한국어와 문자로서의 한글의 관계에 대하여 질문한 결과, 일반국민은 ‘국어와 한글을 구별하지 않아도 된다’는 의견이 다수로 응답되었다. 이는 한글로 표현해온 것이 한국어밖에 없다보니 국민들이 한국어와 한글을 구별하지 못하고 구별할 필요를 못 느끼는 것으로 풀이된다. 그러나 언어와 문자는 엄연히 다른 만큼 정확한 소통을 위해서나 국민의 문자생활을 풍부하게 하기 위해서 국어와 한글을 구별하는 것이 필요하며, 이와 관련한 홍보도 필요해 보인다.

### 나. 한글에 대한 인식

- 국민들은 한글에 대해 매우 높은 관심을 나타냈다. 맞춤법과 띄어쓰기 등 한글 사용에 대한 실용적 관심과 문화유산으로서의 한글, 소통과 표현 도구로서의 한글에 대해서도 관심이 높았다. 또한 한글의 우수성 등에 대한 자부심과 표현 도구로서의 일체감도 높았다.
- 빅데이터 분석에서도 한글의 역사와 관련해서는 ‘발전’, ‘감사’, ‘자신’ 등의 긍정적인 공기어가 등장하며, 한글 사용과 관련해서는 ‘자유롭다’, ‘이해하기 쉽다’, ‘품격’ 등의 표현이 많이 등장했다.

- 이러한 점에 대해 전문가들은 한글의 우수성에 대한 교육과 홍보의 영향이 크다고 분석하면서 국민들이 실제로는 한글이 왜 우수하고 어떻게 과학적인지 구체적으로는 잘 모르고 있다고 지적했다. 구체적인 내용을 제대로 알지 못하는 상태에서의 자부심이 자칫 맹목적인 한글 찬양으로 흐르거나 앓을까 우려하는 목소리도 있었다. 한편으로, 이러한 점이야말로 국립한글박물관이 존재하는 이유이며 이에 대한 구체적인 전시와 기획이 필요하다고 제안했다. 더 나아가서 한글이 시민 교양의 필수 과정으로, 인문학적인 탐구의 대상이 되기를 기대했다.

## 다. 한글 사용 실태

- 인터넷·모바일 환경으로 인해 국민이 한글을 읽고 쓰는 시간이 늘어나는 것으로 조사되었다. 전문가들은 국민들이 SNS를 많이 하다 보니 ‘제대로 된 긴 글’을 못 쓰는 현상이 있으며, 여러 가지 형태의 글쓰기 강좌를 개설해 우리 사회의 소통에 이바지해야 한다고 지적했다. 그러나 이 자체를 한글박물관의 중심 역할로 보기보다는, 한글박물관이 ‘한글’이라는 문자를 매개로 우리 사회의 세대 간, 계층 간 소통에 어떻게 기여할 수 있을지에 대해 고민해 줄 것을 주문하는 것이라고 본다.
- 한편 컴퓨터를 이용한 문서 작성이 많아짐에 따라, 또한 플래카드나 전단지 등 텍스트를 이용한 광고, 선전 등이 늘어남에 따라 일반 국민도 글꼴에 대해 민감하고 관심이 커졌다. 한글 글꼴은 한글문화의 대표적 요소이므로 한글박물관이 글꼴 개발을 지원하거나 기준을 마련하는 데에 일정한 역할을 할 필요가 있다는 의견이 제기되었다.
- 일반 국민들이 서명할 때 한글로만 쓴다는 비율이 매우 높았다. 과거 한자, 영문 중심의 서명 행태와는 다른 결과이다. 국한문 혼용 시대에서 한글 중심 시대로 변화된 확연한 증표로도 볼 수 있다.

## 라. 한글 사용에 대한 인식

- 국민의 상당수가 이른바 급식체나 야민정음 등 변용어를 접하고 사용한 경험을 가지고 있지만, 한글 변용에 대해서는 바람직하지 않다는 규범적, 보존적 인식을 가지고 있다. 그러나 전문가들은 한글의 변용은 예부터 있어온 자연스러운 일이며 언제나 일어나는 현상이라고 평가했다. 한편 빅데이터 분석 결과에서도 일반국민은 규범을 지켜야 한다는 태도를 보인 것과는 달리 ‘새롭다’, ‘유행’, ‘대화’ 등의 긍정적인 공기어가 더 많이 등장하였다.

- 한글, 로마자, 기호, 이모티콘 등 다양한 표현 체계를 섞어 쓰려는 시도가 점점 다양해지고 있고, 일반 국민들도 이에 호응하는 태도를 보인다. 다만, 로마자를 직접 노출하는 문자 혼용과 야민정음과 같은 한글 변용이 현상적으로는 서로 다른 것인데, 국민의 의식에서 한 데 묶이는 것인지 아닌지에 대해서는 좀 더 전문적인 논의가 필요해 보인다.
- 국민들이 한글에 대해 규범적인 인식을 가지고 있지만, 실생활에서는 다소 유연한 태도를 보이기도 한다. TV 예능 프로그램 등의 자막에서 ‘드루와’ 따위의 의도적으로 틀린 표기를 사용하는 데에는 반대하지만, ‘반창꼬’ ‘말아톤’ 등 예술적 장치로서는 허용하는 의견이 더 많았다. 또한 한국 회사명이나 상표 등을 로마자로 표기하는 데 대해서도 ‘세계화 시대에 어쩔 수 없다’는 응답이 다소 많았다. 이는 국립한글박물관의 업무에 직접 연관되지는 않지만 어문정책 담당 부처로서 문화체육관광부가 참고해야 할 사안으로 여겨진다.

## 마. 국립한글박물관

- 전문가들이 국립한글박물관에 대해 요구하는 기능으로는, 자료 수집과 연구, 동시대성의 강화, 교육 기능, 한글과 관련된 플랫폼의 역할 등을 들 수 있다. 음성언어가 한글문화의 요소이나 여부를 떠나서 한글박물관에서 수집하는 게 좋다는 의견이 다수로 나타나듯이 한글박물관에 바라는 사회적 기능과 역할은 크고 많다. 이러한 의견은 향후 국립한글박물관이 발전하기 위한 방편으로 문자 박물관에서 벗어나 문자 및 언어 박물관으로서 확대 개편하는 방안을 강구하는 근거가 될 수 있다고 본다.
- 이용자를 대상으로 상호작용이 많은 체험형, 참여형, 스마트형 프로그램에 대한 요구가 많았다. 빅데이터 조사 결과에서도 ‘체험’의 중요성이 많이 나타났다. 앞으로 다양한 체험형 전시, 교육, 강좌 등이 보충될 수 있도록 연구 개발 노력을 경주해야 할 것이다.



## [부록] 설문지



일반국민 설문지

전문가 사전조사 설문지

전문가 인터뷰 설문지





## 한글과 한글문화에 대한 국민 의식 조사

ID

안녕하십니까?

저희는 여론조사전문기관 현대리서치연구소입니다.

저희는 국립한글박물관의 의뢰로, 우리 국민들의 한글과 한글문화에 대한 인식을 조사하고 있습니다. 이 조사의 설문 응답에는 옳고 그른 답이 있는 것이 아니므로, 제시된 문항에 대해 충분히 생각하시고 귀하의 의견을 말씀해 주시면 됩니다. 단, 이 조사에서 '한글'은 우리 고유의 문자만을 뜻함을 유의하여 주시기 바랍니다.

귀하의 의견은 국립한글박물관의 전시, 연구, 행사 등의 사업계획을 수립하기 위한 중요한 자료로 이용될 것입니다. 설문 조사에서 밝혀주신 귀하의 의견은 통계법에 의거하여 비밀이 철저히 보장되며 통계적 분석을 위해서만 사용됩니다. 귀하의 의견이 정책 수립에 반영될 수 있도록 진지하고 성실한 답변을 부탁드립니다. 감사합니다.

2018년 10월

[주관기관]

[수행기관]



※ 본 조사와 관련하여 문의사항이 있으시면 아래 번호로 연락주시기 바랍니다.

## 「통계법」

제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.  
 ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다

## 응답자 일반사항

응답란

|       |   |  |               |
|-------|---|--|---------------|
| SQ1   | 귀하의 성별은 무엇입니까?  | ① 남성   | ② 여성          |
| SQ2   | 귀하께서 거주하시는 지역은 어디입니까?                                 | ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전<br>⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남<br>⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주 |               |
| SQ2-1 | 귀하께서 거주하시는 지역은 다음 중 어디에 해당됩니까?                        | ① 광역시  | ② 중소도시 ③ 읍면지역 |
| SQ3   | 귀하의 나이는 올해 만으로 어떻게 되십니까?<br>☞ 만 15세 미만 만 70세 이상 면접 중단 | ① 10대 ② 20대 ③ 30대<br>④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대   |               |

Part 1. 한글에 대한 인식

문1. 귀하는 평소 우리 고유의 문자인 한글이나 한글과 관련된 문화에 대해 관심을 가지고 계십니까?

- |                |             |
|----------------|-------------|
| ① 전혀 관심이 없다    | ② 별로 관심이 없다 |
| ③ 어느 정도 관심이 있다 | ④ 매우 관심이 많다 |

☞ [문3으로](#)

☞ [문2로](#)

문2. (문1의 ③, ④번 응답자만) 한글의 어떤 점에 관심이 있으십니까?

다음 항목에 대해 얼마나 관심이 있으신지 말씀해주세요. (응답 후 문3으로 이동)

| 내 용                       | 전혀<br>관심이<br>없다 | 별로<br>관심이<br>없다 | 보통<br>이다 | 관심이<br>많은<br>편이다 | 매우<br>관심이<br>많다 | 응답란 |
|---------------------------|-----------------|-----------------|----------|------------------|-----------------|-----|
| 1) 한글의 역사                 | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |
| 2) 한글 창제의 원리              | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |
| 3) 한글 맞춤법과 띄어쓰기           | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |
| 4) 한글 교육                  | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |
| 5) 한글 글꼴(폰트)              | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |
| 6) 붓글씨, 캘리그래피 등 한글 작품     | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |
| 7) 급식체, 야민정음 등 유행하는 글자 장난 | ①               | ②               | ③        | ④                | ⑤               |     |

문3. 한글에 대한 다음과 같은 주장과 의견에 대해 귀하는 어떻게 생각하십니까?

| 내 용                                   | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 별로<br>그렇지<br>않다 | 보통<br>이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 | 잘<br>모름 | 응답란 |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|----------|------------|-----------|---------|-----|
| 1) 한글은 아름다운 글자이다                      | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 2) 한글은 과학적인 글자이다                      | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 3) 한글은 현대적이다                          | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 4) 한글은 경제적이다                          | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 5) 한글은 세계에서 가장 뛰어난 문자이다               | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 6) 한글 글자는 배우기 쉽다                      | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 7) 한글은 손글씨로 예쁘게 쓰기 어렵다                | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 8) 한글은 자유롭게 디자인하기 어렵다                 | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 9) 한글은 글자 모양이 딱딱하다                    | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 10) 한글로 만든 무늬나 디자인은 웬지 촌스럽다           | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 11) 한글로 만든 디자인보다 영문자로 만든 디자인이 멋있어 보인다 | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 12) 나는 한글을 좋아한다                       | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 13) 한글은 즐거움을 준다                       | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 14) 나는 한글을 자신있게 사용한다,                 | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |
| 15) 한글은 나를 표현하는 도구이다                  | ①               | ②               | ③        | ④          | ⑤         | ⑨       |     |

문4. 귀하는 다음 보기 가운데 **한글의 범위**에 들어가는 것은 무엇이라고 생각하십니까?  
해당하는 보기에 모두 표시해주시요.

| 내 용                                  | 응답란 |
|--------------------------------------|-----|
| 1) 글자로서의 한글 (ㄱ, ㄴ, ㄷ, 가, 나, 다...)    |     |
| 2) 우리말 낱말 (어머니, 하늘, 가족, 학교...)       |     |
| 3) 외래어 낱말 (텔레비전, 버스, 택시, 도넛...)      |     |
| 4) 한글로 적은 외래어/외국어 (헬로, 굿모닝, 아리가토...) |     |

문5. 귀하는 다음 두 개의 의견 가운데 어느 쪽에 더 가까우십니까?

|   |
|---|
| 1) 한국어와 한글, 즉 언어와 문자는 다르므로 ‘국어’와 ‘한글’은 구별해야 한다      |
| 2) 한글이 한국어를 적는 고유의 문자이므로 ‘국어’와 ‘한글’을 굳이 구별하지 않아도 된다 |
| 3) 위 사항에 대해서 잘 모름                                   |

## Part 2. 한글 사용실태

문6. 귀하는 한글로 된 책, 신문 등 종이문서나 인터넷, 스마트폰 등을 **읽는 시간**이 하루 평균 어느 정도 되십니까?  
학습, 독서, 업무, 취미, 여가활동 등을 모두 포함해서 말씀해주시요.  
(지난 일주일을 기준으로 하루 평균 읽는 시간)

|  |       |  |  |    |  |  |   |
|--|-------|--|--|----|--|--|---|
| 1) 책, 신문, 문서 등 종이로 보는 글                    | 하루 평균 |  |  | 시간 |  |  | 분 |
| 2) 인터넷, 스마트폰으로 보는 글<br>(게임, 영화, 동영상 시간 제외) | 하루 평균 |  |  | 시간 |  |  | 분 |

문7. 그러면 하루에 한글로 **글을 쓰는 시간**은 평균 어느 정도 됩니까?

손글씨, 컴퓨터 문서 작성, 인터넷 글쓰기나 댓글, 휴대전화의 문자메시지나 SNS가 모두 해당됩니다.  
업무, 학습 등 **공식적인 글쓰기**와 사적인 편지, 문자메시지, 블로그, 페이스북, 인터넷 댓글 등 **개인적인 글쓰기**를 구분하여 주십시오.  
(지난 일주일을 기준으로 하루 평균 읽는 시간)

|                              |       |  |  |    |  |  |   |
|------------------------------|-------|--|--|----|--|--|---|
| 1) 업무, 학습 등 <b>공식적인 글쓰기</b>  | 하루 평균 |  |  | 시간 |  |  | 분 |
| 2) 편지, SNS 등 <b>개인적인 글쓰기</b> | 하루 평균 |  |  | 시간 |  |  | 분 |

문8. 귀하는 평소에 컴퓨터 등 IT기기에서 아래아 한글, 워드, 파워포인트 등 한글 **문서 작성 프로그램**을 사용하십니까?

|               |               |       |
|---------------|---------------|-------|
| ① 매일 사용한다     | ② 가끔 사용한다     | ☞ 문4로 |
| ③ 거의 사용하지 않는다 | ④ 전혀 사용하지 않는다 | ☞ 문7로 |

문9. (문8의 ①, ②번 응답자만) 귀하는 컴퓨터로 문서를 작성할 때 아래아 한글, 워드 등 문서 작성 프로그램에 있는 **맞춤법 검사 기능**을 사용하여, 맞춤법에 맞게 글을 수정하여 사용하십니까? ☐

- ① 맞춤법 검사 기능을 써본 적 없다                      ② 이전에 써본 적은 있다  
③ 가끔 사용한다    ④ 항상 사용한다

문10. (문8의 ①, ②번 응답자만) 귀하는 평소 몇 가지 글꼴을 사용하십니까? 아래아 한글이나 워드, 파워포인트 등 컴퓨터 프로그램으로 문서를 작성할 때 쓰는 글꼴을 통틀어 말씀해주시요. ☐

- ① 바탕글 1가지만 사용                                      ② 기본 명조, 고딕 등 2가지  
③ 3~5가지    ④ 6가지 이상

문11. (문10의 ②, ③, ④번 응답자만) 귀하는 어떤 때 글꼴을 바꿔서 사용하십니까?  
해당되는 보기를 모두 표기해주시요.

- |                          |                      |                          |  |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | ① 제목, 중간제목 등에        | <input type="checkbox"/> | ② 문장을 강조할 때                                  |
| <input type="checkbox"/> | ③ 한 가지 문서를 다양하게 꾸미려고 | <input type="checkbox"/> | ④ 기분 전환을 위해                                  |
| <input type="checkbox"/> | ⑤ 문서 특징에 맞게 문서마다 달리  | <input type="checkbox"/> | ⑥ 기타(                                      ) |

문12. 귀하는 현재 문서 작성 프로그램에 기본적으로 설치된 글꼴에 대해서 어떻게 생각하십니까? ☐

- ① 글꼴 종류가 다양해서 골라 쓰기 편하다                      ② 글꼴은 많으나 사용할 만한 것은 별로 없다  
③ 잘 모름

문13. 귀하는 현재 문서 작성 프로그램에 기본적으로 설치된 글꼴 외에 무료 글꼴을 찾아서 설치하거나 유료 글꼴을 사서 설치해본 일이 있으십니까? ☐

- ① 기본 글꼴 외에 무료 글꼴이나 유료 글꼴을 설치해서 사용한 적이 있다  
② 특별히 글꼴을 찾거나 사서 설치해본 적은 없다

문14. 귀하는 평소 한글에 영문이나 한자 등 다른 **문자를 섞어 쓰십니까?**  
(괄호 안에 한자, 영문 쓰는 것 포함) ☐

- ① 전혀 섞어 쓰지 않는다 ② 거의 섞어 쓰지 않는다 ③ 가끔 섞어 쓴다 ④ 자주 섞어 쓴다

문15. 귀하는 평소 중요한 문서에 **본인의 이름을 서명할 때** 한글을 사용하십니까?  
아니면 로마자(영어)나 한자를 사용하십니까? ☐

- ① 한글로만 서명한다                                      ② 영어로만 서명한다  
③ 한자로만 서명한다                                      ④ 한글, 영어를 조합하여 서명한다  
⑤ 한글, 한자를 조합하여 서명한다                      ⑥ 영어, 한자를 조합하여 서명한다  
⑦ 기타

**Part 3. 한글 사용에 대한 태도: (한국에서) 상표, 회사 이름 등에서의 한글 표기**

문16. 귀하는 한국에서 한국 회사명이나 한국 상표 등을 영문(로마자) 등 외국문자로 쓰는 것에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- ① 세계화 시대에 외국문자로 표기하는 것은 어쩔 수 없다
- ② 세계화 시대라도 한국 기업명이나 상품명은 한글로 표기하는 게 좋다
- ③ 잘 모름

문17. 한국에서 상품 이름이나 회사 이름 표기에 대한 다음과 같은 **주장과 의견**에 대해 귀하는 어떻게 생각하십니까?

| 내 용                            | 전혀<br>그렇<br>지<br>않다 | 별로<br>그렇<br>지<br>않다 | 보통<br>이다 | 대체<br>로<br>그렇<br>다 | 매우<br>그렇<br>다 | 잘<br>모름 | 응답란 |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|----------|--------------------|---------------|---------|-----|
| 1) 우리나라 제품은 무조건 한글로 적는 게 좋다    | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑥       |     |
| 2) 외국 제품은 해당 국가 문자로 적는 게 좋다    | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑥       |     |
| 3) 우리말로 된 제품이나 상호는 한글로 적는 게 좋다 | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑥       |     |

문18. 그러면 국내에서 다음의 회사나 상품의 한글과 영문 표기 가운데 어느 쪽이 더 어울린다고 생각하십니까?  
(설문 좌우 보기 로테이션)

| 표기   | 왼쪽이<br>훨씬 더<br>어울린다 | 왼쪽이<br>더<br>어울린다 | 비슷하다 | 오른쪽이<br>더<br>어울린다 | 오른쪽이<br>훨씬 더<br>어울린다 | 표기  | 응답<br>란 |
|--|---------------------|------------------|------|-------------------|----------------------|---|---------|
| 1) <b>삼성전자</b><br><b>현대자동차</b><br><b>기아자동차</b> | ①                   | ②                | ③    | ④                 | ⑤                    | <b>SAMSUNG</b><br><b>HYUNDAI</b><br><b>KIA MOTORS</b> |         |
| 2) <b>풀무원</b><br><b>설화수</b><br><b>아리따움</b>     | ①                   | ②                | ③    | ④                 | ⑤                    | <i>Pulmuone</i><br><i>Sulwhasoo</i><br><b>ARITAUM</b> |         |

문19. 한글을 소재로 한 **상품(한글 티셔츠, 가방, 넥타이 등)**에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 한글을 생활화하고 널리 알리는 것이므로 계속 시도하는 것이 좋다.
- ② 한글을 상품화하는 것이므로 이러한 시도는 해서는 안 된다고 생각한다.
- ③ 잘 모름

## Part 4. 대중 매체에서 한글 사용에 관한 의견

문20. 텔레비전 방송의 **예능 프로그램** 자막 가운데 인터넷 등 통신 언어에서 쓰이는 **의도적인 틀린 표기** ('드루와', '척오' 등)의 사용이 있습니다.  
이에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- ① 재미로 보는 방송이기 때문에 상관없다고 생각한다  
② 예능이라도 많은 사람들이 보는 방송이기 때문에 맞춤법에 신경을 써야 한다고 생각한다  
③ 잘 모름

문21. 맞춤법에 어긋나는 영화, 드라마 등의 **제목**에 대해서 어떻게 생각하십니까?

예) 구르미 그린 달빛, 차칸남자, 말아톤, 반창고 등

- ① 영화의 주제나 제작 의도 등을 효과적으로 전달하는 장치이므로 상관없다고 생각한다  
② 예술이라도 대중을 대상으로 하기 때문에 맞춤법에 신경을 써야 한다고 생각한다  
③ 잘 모름

문22. 귀하는 아래와 같이 **한글을 변용하는 유행어**를 보거나 써본 적이 있으십니까?

| 예 시  | 처음<br>보거나<br>듣는다 | 본 적은<br>있지만<br>써본<br>적은<br>없다 | 이전에<br>사용해<br>본 적이<br>있다 | 지금도<br>사용한<br>다 |
|--|------------------|-------------------------------|--------------------------|-----------------|
| 1) 르ㅇ(레알), ㅇㅈ(인정),   | ①                | ②                             | ③                        | ④               |
| 2) 멍멍이-댕댕이, 대머리-머대리  | ①                | ②                             | ③                        | ④               |
| 친그등록_ㅎ(주)ㄱ 1 ㅍㅍ지ㅎ? → 친구 등록해 주세요.<br>3) 내일 학교에서 붓씨ㄷㅏ → 내일 학교에서 붓시다.<br>ㄷㅏ 집ㄷㅏ? → 너 집이야? | ①                | ②                             | ③                        | ④               |

응답란

문23. 이러한 한글의 **변용**에 대하여 어떻게 생각하십니까?

| 내 용                                   | 전혀<br>그렇<br>지<br>않다 | 별로<br>그렇<br>지<br>않다 | 보통<br>이다 | 대체<br>로<br>그렇<br>다 | 매우<br>그렇<br>다 | 잘<br>모름 |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|----------|--------------------|---------------|---------|
| 1) 소통의 재미를 위한 것이므로 별 문제 없다            | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑨       |
| 2) 한글을 파괴하는 행위이므로 바람직하지 않다            | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑨       |
| 3) 일시적 유행이므로 그냥 놓아두면 사라질 것이다          | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑨       |
| 4) 나중에 한글이 변형될 수 있으므로 쓰지 않도록 하는 것이 좋다 | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑨       |
| 5) 일종의 암호로서 모르는 사람을 소외시키므로 좋지 않다      | ①                   | ②                   | ③        | ④                  | ⑤             | ⑨       |

응답란

## Part 5. 한글의 가치

문24. 우리나라 국보에는 등급이 없습니다. 그리고 문자가 국보가 되는 경우도 없습니다.

만약에 국보를 1등급에서 5등급으로 나누고 한글을 국보로 지정한다면 한글은 몇 등급이 적당하다고 생각하십니까?

- ① 1등급      ② 2등급      ③ 3등급      ④ 4등급      ⑤ 5등급      ⑥ 잘 모름

문25. 만약 한글이 창제되지 않아서 한자를 계속 써왔다면,

오늘날 일반 국민들이 글을 읽고 이해하는 능력은 어느 정도일 것으로 생각하십니까?

- ① 매우 낮은 수준    한자로 된 신문, TV자막을 잘 읽지 못하고, 관공서 서식을 못 써 일상생활에 지장이 있을 정도
- ② 낮은 수준        한자로 된 신문, TV자막을 읽고, 관공서 서식 정도는 작성해서 일상생활에는 지장이 없을 정도
- ③ 보통 수준        읽고 쓰려는 한자가 잘 생각나지 않아 사전을 찾아보는 정도
- ④ 높은 수준        한자로 된 신문기사, 교양서적을 어려움 없이 읽고 이해할 수 있으며, 한자로 글을 표현할 수 있는 정도
- ⑤ 매우 높은 수준    한자로 된 전문서적, 철학서 등 어려운 논문을 이해하고 작성할 수 있는 정도
- ⑥ 기타
- ⑦ 잘 모름

문26. 만약에 한글이 창제되지 못하여 우리가 한자나 일본글자(가나) 같은 외국 문자를 쓰고 있다면 우리 사회 각 분야의 발전은 어떠했을 것이라 생각하십니까?

| 내 용                | 지금보다<br>매우<br>못함 | 지금보다<br>못함 | 지금과<br>차이<br>없음 | 지금보다<br>좋음 | 관계없<br>음<br>잘 모름 |
|--------------------|------------------|------------|-----------------|------------|------------------|
| 1) 한국인으로서의 정체성 유지  | ①                | ②          | ③               | ④          | ⑤                |
| 2) 경제적 발전          | ①                | ②          | ③               | ④          | ⑤                |
| 3) 문화의 보존 발전       | ①                | ②          | ③               | ④          | ⑤                |
| 4) 민주주의의 발전        | ①                | ②          | ③               | ④          | ⑤                |
| 5) 우리 사회 구성원 간의 소통 | ①                | ②          | ③               | ④          | ⑤                |
| 6) 남북한 국민의 동질성 유지  | ①                | ②          | ③               | ④          | ⑤                |

응답란

## Part 6. 국립한글박물관

문27. 귀하는 이 조사에 응하기 전에 **국립한글박물관**이라는 박물관에 대해서 들어보거나 알고 계셨습니까?

☐

- ① 처음 들어본다                      ② 들어보았다                      ③ 잘 알고 있다

문28. (문27의 ③번 응답자만) 귀하는 **국립한글박물관**에 방문해본 적이 있습니까?

☐

- ① 방문한 적 있다                      ② 방문한 적 없다

문29. 만약 귀하가 가족 등 가까운 주변 분들에게 국립한글박물관 전시 관람을 권유한다면 귀하는 다음 보기 가운데 어떤 전시를 권유하시겠습니까? 권유하고 싶은 전시에 **모두** 표기하여 주십시오. 관람비용은 무료입니다. 이미 관람하신 전시가 있을 경우 관람 의향이 있다면 표기하여 주십시오.

|                          |                                |                          |                               |
|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ① 한글이 걸어온 길                    | <input type="checkbox"/> | ② 소리×글자: 한글디자인                |
| <input type="checkbox"/> | ③ 겨울문학여행                       | <input type="checkbox"/> | ④ 한중일 서체                      |
| <input type="checkbox"/> | ⑤ 옛날 옛날 아주 먼 옛날에:한글 전래 동화 100년 | <input type="checkbox"/> | ⑥ 순간의 풍경들, 『청구영언』 한글 노랫말 이야기  |
| <input type="checkbox"/> | ⑦ 훈민정음과 한글디자인                  | <input type="checkbox"/> | ⑧ 원도, 두 글씨장이 이야기              |
| <input type="checkbox"/> | ⑨ 광고 언어의 힘                     | <input type="checkbox"/> | ⑩ 1837년 가을 어느 혼례날: 덕온공주 한글 자료 |
| <input type="checkbox"/> | ⑪ 꿀꿀꿀 한글 디자인                   | <input type="checkbox"/> | ⑫ 슬기롭게 사이좋게-초등교과서 속 한글 이야기    |
| <input type="checkbox"/> | ⑬ 쓰고 고쳐쓰고 다시 쓰다 - 소설 속 한글      | <input type="checkbox"/> | ⑭ 디지털 세상의 새 이름: 코드명 D55CAE00  |
| <input type="checkbox"/> | ⑮ 사전의 재발견                      | <input type="checkbox"/> | ⑯ 한글 편지, 시대를 읽다               |
| <input type="checkbox"/> | ⑰ 나는 몸이로소이다:개화기 한글 해부학 이야기     |                          |                               |



## Part 8. 인구통계학적 질문

DQ1. 귀하에게는 초중고교에 재학 중인 자녀가 있습니까?

☐

① 있다

② 없다

DQ2. 귀하의 **학력**은 어떻게 되십니까? (중퇴는 졸업에 포함되지 않습니다.)☐

① 초등학교 졸업 이하

② 중학교 졸업

③ 고등학교 졸업(재학)

④ 대학교(전문대 포함) 졸업(재학)

⑤ 대학원 재학 이상

DQ3. 귀하의 **직업**은 무엇입니까?☐

① 농업/수산업/축산업

② 자영업

③ 판매/서비스직

④ 기술/기능직

⑤ 일반작업직

⑥ 사무직

⑦ 경영/관리직

⑧ 전문/자유직

⑨ 전업주부

⑩ 학생

⑪ 무직

⑫ 기타 ( )

DQ4. 실례지만, 귀하의 한 달 **총 수입**은 어느 정도입니까?☐

(상여금, 이자, 임대료 등 가족 전체의 수입을 합하여 월 평균으로 말씀해주십시오.)

① 100만원 미만

② 100만원~199만원

③ 200만원~299만원

④ 300만원~399만원

⑤ 400만원~499만원

⑥ 500만원~599만원

⑦ 600만원~699만원

⑧ 700만원 이상

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다. ♣

## 한글과 한글문화에 대한 국민 의식 조사\_전문가 사전조사

ID

안녕하십니까?

본 설문조사는 국립한글박물관의 의뢰로, 우리 국민들의 **한글과 한글문화에 대한 인식**을 조사하고 있습니다. 이 조사의 설문 응답에는 옳고 그른 답이 있는 것이 아니므로, 제시된 문항에 대해 충분히 생각하시고 귀하의 의견을 말씀해 주시면 됩니다.

귀하의 의견은 **국립한글박물관의 중장기적 계획과 전망**을 수립하기 위한 중요한 자료로 이용될 것입니다. 설문조사에서 밝혀주신 귀하의 의견은 통계법에 의거하여 비밀이 철저히 보장되며 통계적 분석을 위해서만 사용됩니다. 귀하의 의견이 정책 수립에 반영될 수 있도록 진지하고 성실한 답변을 부탁드립니다. 감사합니다.

2018년 9월

[주관기관]

[수행기관]



※ 본 조사와 관련하여 문의사항이 있으시면 아래 번호로 연락주시기 바랍니다.

## 「통계법」

제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.  
 ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다

## 응답자 일반사항

|       |   |  |               |
|-------|---|--|---------------|
| SQ1   | 귀하의 <u>성별</u> 은 무엇입니까?  | ① 남성   | ② 여성          |
| SQ2   | 귀하께서 거주하시는 <u>지역</u> 은 어디입니까?                                 | ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전<br>⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남<br>⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주 |               |
| SQ2-1 | 귀하께서 거주하시는 <u>지역</u> 은 다음 중 어디에 해당됩니까?                        | ① 광역시  | ② 중소도시 ③ 읍면지역 |
| SQ4   | 귀하의 나이는 올해 <u>만으로</u> 어떻게 되십니까?<br>☐ 만 15세 미만, 만 70세 이상 면접 중단 | ① 10대 ② 20대 ③ 30대<br>④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대   |               |

응답란

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |

## Part 1. 한글에 대한 인식

문1. **한글문화**는 문화의 하위 영역으로 존재할 수 있는 문자 문화에 해당하는 우리 문화의 일부입니다.  
귀하는 이를 구성하는 **세부요소**가 무엇이라고 생각하십니까? 아래에 모두 표시하여 주십시오.

| 내 용   | 응답란 |
|---|-----|
| 1) 우리 사회의 글쓰기 양식(신문 기사, 보고서, 편지, 메모, 인터넷 게시글 등) |     |
| 2) 한국 문학  |     |
| 3) 한글 글꼴(폰트 등)                                  |     |
| 4) 국어 교육  |     |
| 5) 한글 창제 이전의 문자 생활                              |     |
| 6) 한글 디자인                                       |     |
| 7) 외국인 대상 한국어 교육                                |     |
| 8) 한글 교육  |     |
| 9) 번역   |     |
| 10) 기타 (    내 용 을 적 어 주 세 요    )                |     |

문2. 한글 및 한글문화와 관련된 전시, 교육, 연구를 한다고 했을 때 적절하다고 생각하는 주제에 **모두** 표시하여 주십시오.

| 내용  | 응답란 | 내용                           | 응답란 |
|---|-----|------------------------------|-----|
| 1) 광고 (광고의 표현, 표기 글꼴)                         |     | 13) 손편지의 글쓰기, 문자 사용 등 양식 변화  |     |
| 2) 교과서 (국어 및 한글을 중심으로 한 교과서의 구성, 내용, 글꼴 등 변천) |     | 14) 멋글씨(캘리그래피)의 태동, 발전, 변화   |     |
| 3) 한글 글꼴                                      |     | 15) 고유어 이름 짓기의 변화            |     |
| 4) 한글 디자인<br>(의복, 넥타이, 한글 문양 상품 등)            |     | 16) 북한어 말글<br>(어휘, 표현, 글꼴 등) |     |
| 5) 글쓰기 양태의 변천                                 |     | 17) 세기별 옛한글 자료               |     |
| 6) 신문의 변화<br>(가로쓰기 도입, 문자 사용, 판형 등)           |     | 18) 옛한글 문학(장르별, 시대별)         |     |
| 7) 국어사전의 발전, 변화                               |     | 19) 대중가요 가사의 변천              |     |
| 8) 문서 작성 프로그램의 변화, 발전                         |     | 20) 한글 점자의 발전                |     |
| 9) 방언의 표기 양상<br>(문학작품, 간판 등)                  |     | 21) 조선시대 여성의 생활과 한글          |     |
| 10) 간판의 유행 변화<br>(글꼴, 디자인 등)                  |     | 22) 한글 이전의 문자 생활             |     |
| 11) 공문서의 문자 사용, 어투 등 변화                       |     | 23) 한글운동                     |     |
| 12) 전자우편, 문자메시지의 글쓰기                          |     | 24) 세종대왕                     |     |

문3. 일반적으로 문화에는 하위 영역이 있다고 여깁니다.

☐

문자문화 또한 문화의 한 영역일 수 있을 것이므로 한글의 독자성에서 비롯되는 ‘한글문화’가 존재한다고 본다면, 다음 중 ‘**한글문화**’의 **정의**로 적절하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

- ① 한글을 매개로 이루어진 모든 것
- ② 한글 창제의 배경과 한글을 매개로 이루어진 모든 것
- ③ 한글 창제 전후의 한반도 문자와 관련된 역사적 예술적 학술적 가치를 이루고 있는 것
- ④ 한글로 기록되었으며, 역사적 · 예술적 · 학술적 가치를 이루고 있는 것
- ⑤ 한글을 매개로 이루어지면서 우리 사회 구성원이 보여주고 누리는 제반 인식, 태도, 행동양식
- ⑥ 한글을 기반으로 이루어진 문자, 예술, 언어로서 문화
- ⑦ 문자로서의 한글을 매개로 이루어지면서 우리 사회 구성원이 보여주고 누리는 제반 인식, 태도, 행동양식, 생활 양식 및 그 과정 또는 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적·정신적 소득

**[참고] ‘문화’에 대한 다양한 정의**

- 1) **국립국어원 표준국어대사전**: 자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현하고자 사회 구성원에 의하여 습득, 공유, 전달되는 행동 양식이나 생활 양식의 과정 및 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적·정신적 소득을 통틀어 이르는 말. 의식주를 비롯하여 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 따위를 모두 포함한다.
- 2) **레이먼드 윌리엄스의 정의**: 첫째, 지적, 정신적, 심미적 능력을 계발하는 일반과정, 둘째, 한 인간이나 한 시대, 혹은 한 집단의 특정한 생활 방식, 셋째, 지적 산물이나 지적 행위, 특히 예술 활동
- 3) **타일러의 정의**: 지식, 신앙, 예술, 도덕, 법률, 관습, 그리고 그밖에 사회의 성원으로서 인간에 의해 획득된 모든 능력과 습관의 복합적 총체
- 4) **구더너프의 정의**: 4) 공유하고 있는 인간 학습의 소산으로서 지각, 신념, 가치관, 행동을 결정짓는 표준으로서 이루어진 것

문3-1. 위에서 선택하신 보기를 바탕으로 또는 별개로, 선생님께서 ‘한글문화’를 정의하신다면 아래에 적어주십시오.

한글문화란,

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다. ♣

## 국립한글박물관 전문가 인터뷰 설문지

## 주제1. 한글문화의 범주와 강조점 - “한글문화의 정의”

## 세부 질문

- 1) 한글문화는 문화의 하위 영역으로 존재할 수 있는 문자 문화에 해당하는 우리 문화의 일부입니다.  
귀하는 이를 구성하는 세부요소가 무엇이라고 생각하십니까?  
아래에 모두 표시하여 주십시오.

- |  |
|--|
| 1) 우리 사회의 글쓰기 양식(신문 기사, 보고서, 편지, 메모, 인터넷 게시물 등)    |
| 2) 한국 문학   |
| 3) 한글 글꼴(폰트 등)                                     |
| 4) 국어 교육   |
| 5) 한글 창제 이전의 문자 생활                                 |
| 6) 한글 디자인  |
| 7) 외국인 대상 한국어 교육                                   |
| 8) 한글 교육   |
| 9) 번역  |
| 10) 기타 (      내   용   을   적   어   주   세   요      ) |

응답

- 2) 한글과 관련이 있지만, 한글문화의 범위에는 포함되지 않는 것들은 무엇이라고 생각하십니까?  
그렇게 생각하는 이유는?

응답

- 3) 한글문화를 구성하는 것 중 현재 가장 중요하거나 대표적인 것은 무엇이며,  
그 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

응답

- 4) 앞으로 더 중요해질 한글문화 구성 요소로는 어떤 것들이 있을까요?

응답

- 5) 미래에 추가될 수 있는 한글문화 구성 요소로는 어떤 것들이 있을까요?

응답

## 2. 한글문화의 창달, 향유 방안(한글문화의 창조 주체, 시민의 한글 생활 등)

### 세부 질문

- 1) 오늘날의 한글문화 창조 주체로는 어떤 집단이 가장 주도적이라고 생각하십니까?  
그 이유는 무엇입니까?

응답

- 2) 시민들이 한글문화를 창조, 향유하는 방식 중 가장 바람직하다고 여겨지는 것과  
가장 바람직하지 않다고 여겨지는 것을 꼽는다면 무엇입니까?

응답

- 3) 외국인에게 한글문화의 매력으로 어떤 것을 내세우면 좋을까요?

응답

## 3. 한글박물관의 기능과 역할

## 세부 질문

- 1) 한글 자료 및 한글문화의 수집, 연구, 전시, 교육과 같은 일을 하고 있는 국립한글박물관의 사회적 기능과 역할은 무엇이라고 생각하십니까?

예)

- 한글 유물들을 체계적으로 정리하는 일
- 우리 문화유산으로서의 한글의 의의와 중요성을 정리하여 대내외적으로 알리는 일
- 한글 유물과 각종 역대 한글 문화를 수집하고 정리하는 일

응답

- 2) 국립한글박물관이 문자로서의 한글을 대상으로 하고 있으나, 언어로서의 국어까지도 포괄해야 한다는 의견이 있습니다(예: 시대별, 지역별 음성 자료 수집). 이에 대해서 어떻게 생각하십니까?

응답

- 3) 국립한글박물관에는 다양한 교육 프로그램(교양강좌 포함)이 있습니다. 대상별로는 어린이/청소년/성인으로 나눌 수 있는데요, 각각 어떤 목표로 운영되어야 한다고 생각하십니까?

응답

- 어린이:
- 청소년:
- 성 인:

## 연구진

(주)현대리서치연구소 - 일반국민, 전문가 조사

■연구책임자 : 윤지환

■연구원 : 조남주

■연구원 : 박성훈

■연구원 : 인선영

(주)아르스프락시아 - 빅데이터 분석

■책임연구원 : 김도훈

■연구원 : 김유정

■연구원 : 나세훈

■연구원 : 조용건

2018년 연구보고

## 한글과 한글문화에 대한 국민 의식 조사 기초연구

---

인 쇄 : 2018년 12월 28일

발 행 : 2018년 12월 28일

발행처 : 국립한글박물관

서울특별시 용산구 서빙고로 139

Tel. 02-2124-6200

<http://www.hangeul.go.kr/>

연구기관 : (주)현대리서치연구소

발간등록번호 : 11-1371577-000053-01

---