광고PR실학연구, 2022 15(2), pp.7～41

탐색적 논문

코로나19 확산 시기별 대통령 연설문에 나타난 위기 커뮤니케이션 분석

구조적 토픽모델링과 감성분석을 중심으로

국문초록

국가적 위기상황에서 대통령의 위기관리커뮤니케이션을 알아보고자 한 본 연구는 2020년 1월 19일부터 2021년 10월 31일까지의 코로나 19관련 대통령 연설문을 구조적 토픽모델링과 감성분석을 활용하여 분석하였다. 그 결과, 코로나 유입 초반인 1차 확산과 사랑제일교회 관련 집단감염 및 진보 · 보수 집회가 발생한 2차 확산 시기에는 확진자 수 증가에 따른 감염병 확산 관련 토픽이 도출되었으며 부정적 감성이 증가한 것으로 나타났다. 하지만 3차 확산부터 토픽과 감성의 변화는 확진자 수와 특정 사건에 따라 변하지 않는 양상을 보였으며 시간이 지날수록 긍정적인 감성이 지배적인 것으로 나타났고 감염병과 관련된 토픽보다 경제와 관련된 토픽이 높게 발현되었다. 한편, 효과적 위기 메시지 요소를 제시하는 IDEA모델을 통해 연설문 내용을 살펴본 결과, 대통령은 위기상황을 극복할 수 있도록 동기를 부여하는 '내재화'와 정보를 전달하는 '설명' 요소를 주로 사용한 것으로 나타났다. 확진자가 계속 증가하고 있음에도 위기를 예방하기 위한 행동조치에 대해 알리기 보다 경제 회복 및 지원 관련 메시지를 긍정적 감성으로 전달한 것으로 나타났다. 본 연구는 토픽모델링을 활용하여 대통령의 위기 커뮤니케이션을 분석하였다는 점, 그리고 이 연구 결과를 토대로 향후 효율적인 위기 커뮤니케이션을 위한 가이드라인을 제시했다는데 그 의의가 있다고 하겠다.

주제어: 위기 커뮤니케이션, 대통령 연설문, IDEA모델, 토픽모델링, 감성분석

권나현 | 한양대학교 광고홍보학과 석사*

최윤형 | 한양대학교 광고홍보학과 교수**

* 권나현은 한양대학교 광고홍보학과 석사를 졸업하였으며 위기 커뮤니케이션 및 헬스 커뮤니케이션, 빅데이터 분석 등에 관심을 가지고 공부하고 있다 (E-mail: nahyun0224@naver.com, 주저자).

**최윤형은 한양대학교 광고홍보학과 교수다. 위기 및 사회적 위험커뮤니케이션, 기만, 허위광고 등의 분야를 중심으로 연구하고 있다 (E-mail: yoonhyeung@hanyang.ac.kr, 교신저자).

서론

코로나19의 대유행은 각 국가 지도자의 위기관리능력의 시험무대가 되었다. 세계에서 가장 많은 확진자와 사망자를 내고 있는 미국의 경우, 전직 대통령인 트럼프가 중국에 책임을 전가하고 지도자로서 위기대응 역할을 다하지 못했다는 평가를 받은 바 있다(김영수, 2021). 2021년 7월, C-SPAN이 실시한 '대통령 리더십 조사'에 따르면 트럼프는 퇴임한 미국 대통령 44명 중 41위를 차지했고 이후 재선에서도 고배를 마셨다. 브라질 대통령인 보우소나루도 코로나19 대응에 실패했다는 평가와 함께 경제 위기와 기아 확산 등에 대처하지 못해 '헌정 사상 최악의 대통령'이라는 칭호를 받았고(BBC, 2021.10.04) 결국 대통령 탄핵 시위로까지 이어졌다.

위기라는 불확실한 상황에서 국민들은 대통령의 커뮤니케이션을 통해 위기 상황에 대한 객관적 인식과 극복 가능성을 판단할 수 있기 때문에 대통령의 커뮤니케이션은 국민에게 막대한 영향력을 가진다(박석원, 2011). 또한, 국가적 위기가 발생했다는 사실 그 자체만으로도 대통령의 지지도, 정권 유지 등에 부정적인 영향을 받을 수 있어(박춘우, 2015) 위기로 인한 피해를 최소화 하기 위해 활발한 커뮤니케이션을 펼치게 된다. 대통령의 연설문은 이러한 대통령 커뮤니케이션 전략이 가장 잘 드러나는 도구 중 하나로 알려져 있다.

대통령의 연설문은 정치의제를 설정하며 중요 사회문제에 대해 대통령이 추진하고자 하는 정책의 당위성을 확보하기 위한 수단으로 활용되기도 하며(Eshbaugh-Soha, 2010a, 2010b), 정권의 가치 지향, 정책우선순위를 포괄하는 국정목표나 국정철학을 직간접적으로 내포하고 있어(이창길, 2010) 다른 곳에서는 볼 수 없는 상당한 양의 정보가 포함되어 있을 수 밖에 없다(Eshbaugh-Soha, 2010b). 특히, 국가위기상황에서 행해지는 연설은 위기에 대한 진단과 정부의 대응, 그리고 향후 대책까지 폭 넓게 확인 할 수 있는 중요한 장으로 간주될 수 있다(백영순, 2014). 이러한 이유로 국가위기상황에서 대통령의 연설문을 통해 위기 커뮤니케이션을 분석한 연구들이 늘고있다 (Adu & Amankwah, 2021; Benoit & Henson, 2009; Burni & Tamaki, 2021; Liu, 2007). 자연재해 위기상황에서 부시 대통령의 연설을 분석한 베노이트와 한센(Benoit & Henson, 2009)은 위기로 인해 손상된 대통령의 이미지 회복전략을 분석하였고, 코로나19 상황에서 가나 대통령의 연설문을 분석한 아두와 아만콰(Adu & Amankwah, 2021)의 연구와 브라질 대통령의 연설문을 분석한 브루니와 타마키(Burni & Tamaki, 2021)의 연구 또한 대통령이 효과적인 위기 커뮤니케이션을 전개하고 있는지를 분석하였다.

지금까지 진행된 선행연구는 내용분석을 통해 대통령이 어떠한 전략을 사용했는지에 주된 초점을 두었다. 본 연구는 선행연구에서 더 나아가 텍스트 마이닝 분석법을 활용해 대통령의 커뮤니케이션에 사용된 토픽을 중심으로 위기 커뮤니케이션의 적절성을 분석해 보고자 하였다. 텍스트 마이

닝은 텍스트 내에서 실제적이고 잠재적으로 이루어지고 있는 주된 논의 및 내용이 무엇인지를 파악할 수 있고(Chakraborty et al., 2014), 연구의 객관적 타당성 및 많은 데이터를 빠르게 분석할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 하지만 국내에서 이 방법을 활용하여 위기상황시 대통령의 연설문을 분석한 연구는 부족한 실정이다. 국가적 위기상황에서 지도자의 정책 판단, 위기인식 및 관리는 국가 전체를 위험에 빠뜨릴 수도 혹은 위기에서 빠르게 벗어나게 할 수도 있는 영향력이 있다. 이에 본 연구는 코로나19라는 국가적 위기상황에서 감염병 확산 시기별 대통령 연설문에 나타난 커뮤니케이션을 토픽모델링과 감성분석을 통해 살펴보았다. 위기 시 대통령의 연설문은 위기에 대한 대통령의 진단과 대응이 무엇인지 확인할 수 있으며, 대통령이 중시하는 가치나 정책 등을 파악할 수 있는 도구가 된다(이창길, 2010; 백영순, 2014). 코로나19 라는 국가적 위기상황에서 대통령 연설문이 어떠한 주제들로 채워졌으며, 이러한 주제들이 시기별 확진자 수나, 특정 사건을 고려할 때 적절한 주제였는지, 또한 도출된 주제가 IDEA 모델에 비추어 효율적인 위기 커뮤니케이션이었는지 분석해보고자 하였다. 이와 함께, 연설문에 나타난 감정 요인에 주목하였는데, 감정은 위기 책임성 인식 등 (Choi & Lin, 2007) 공중이 위기를 인지하고 이해하는 데 영향을 미치며(Jin, Pang, & Cameron, 2012), 위기상황에서 의사결정을 내려야 할 때 이를 돕는 역할을 한다고 알려져 있다 (Loewenstein, Weber, Hsee & Welch, 2001). 국가 위기상황에서 최고 통수권자인 대통령의 연설에서 전달되는 감정적 요소는 연설문에서 나타나는 주제와 함께, 국민의 위기 상황인식 및 의사결정에 직접적인 영향을 미칠 수 있어 연설문에 나타난 감성요소를 함께 분석하였다.

이론적 배경

국가 위기상황 시 대통령 연설의 중요성

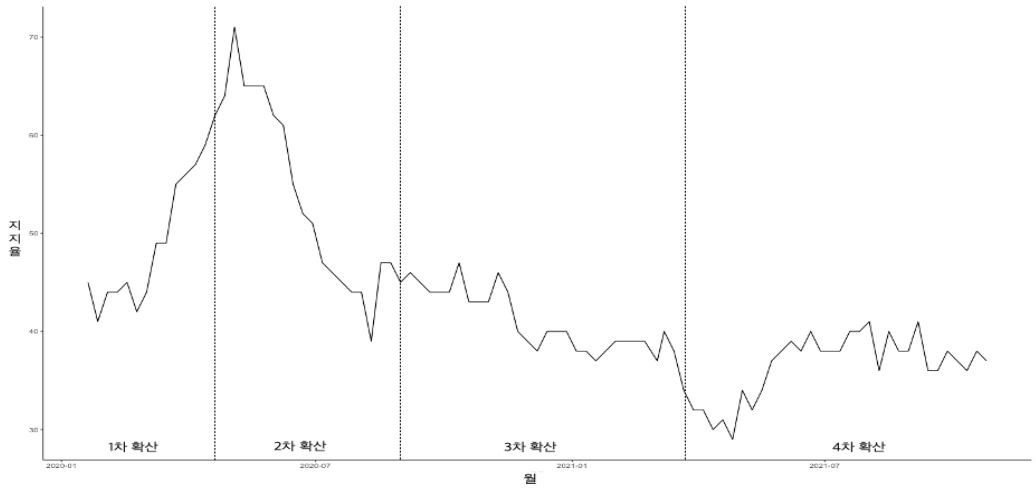
2020년 발발한 신종 코로나 바이러스(이하 코로나19)로 인해 전세계는 사상초유의 위기 상황에 봉착해 있다. 존스홉킨스 대학(JHU CSSE, 2021)에 따르면2021년 12월 12일 현재, 코로나19로 인해 전세계적으로 약 531만명에 달하는 사망자가 발생했고 세계적 경기 침체로 소득이 감소하고 고용이 불안정해졌으며 스트레스, 우울증 증가 등 정신건강 측면에서도 매우 부정적인 결과(You, 2020)가 보고되는 등 사회 다방면에서 피해가 발생하고 있다.

코로나19는 국가를 위협하는 '국가적 위기'로 정의될 수 있는데 국가적 위기란 "국가의 주권 또는 국가를 구성하는 정치 · 경제 · 사회 · 문화 체계 등 국가의 핵심 요소나 가치에 중대한 위해가 가해질 가능성이 있거나 가해지고 있는 상태"를 말한다 (박상현, 2015, p. 44). 대통령은 국가적 위기 상황에서 국내외 정세를 정확하게 파악하고, 국가목표를 설정하여 국가 지도자로서의 역할을 수행해야 하며(김호진, 1992), 국가를 안정적으로 이끌기 위해 국민들을 설득하고 지지를 호소하는 커뮤니케이션을 전개해야 한다(정찬권, 2010). 국민들은 국

가 위기상황에서 대통령의 커뮤니케이션을 통해 현재 위기 상황에 대한 신뢰할 만한 정보와 극복 가능성을 판단하기 때문이다.

대통령의 커뮤니케이션은 다양한 형식을 취하나 국민과 직접 소통하는 대국민연설이 가장 대표적이다(김혁, 2014). 대통령 연설문은 대통령이 국가의 비전을 전달하는 공적 담론으로, 국민은 연설을 통해 대통령의 중심 가치를 파악할 수 있으며, 문제해결능력과 지향하는 바에 대한 추측이 가능하다 (박준형 · 유호선 · 김태영 · 한희정 · 오효정, 2017). 또한, 대통령 연설문은 대통령이 추진하고자 하는 다양한 정책의 당위성을 확보하고, 국정운영에 대한 국민의 호응과 지지를 얻기 위한 도구로 활용되기도 한다(Edward & Barrett, 2000). 특히, 긍정적인 국민의 호응과 지지를 얻기 위해 대통령은 다양한 상황에서 국민들이 공감할 수 있는 내용의 연설을 진행해야 하며(가상준 · 노규형, 2010) 국가적 위기상황에서 대통령의 지지율은 대통령이 위기에 잘 대처하고 있는지 확인할 수 있는 척도가 될 수 있다. 이번 코로나19 상황에서도 대통령의 지지율은 최대의 관심사였다.

대통령 연설에 따른 지지율 변화를 살펴본 선행연구(가상준 · 노규형, 2010)에 따르면, 부정적인 경제상황에서 국민들이 기대하는 긍정적 경제 의제를 포함하지 못해 지지율에 부정적 영향을 미쳤다는 결과가 보고되었다. 미국의 경우도, 여론에 자주 언급되는 사안을 연설문에 우선 배치하여 대중의 호응과 지지를 유도하는 경향이 있다고 보고된 바 있다(Canes-Wrone & Shotts, 2004; Hill 1998). 즉, 대통령 연설문은 대통령이 중시하는 의제뿐만 아니라 여론 의제를 반영하여 진행되어야 국민의 지지를 얻을 수 있다는 설명이다. 특히, 국



출처: 한국갤럽조사연구소 참고

〈그림 1〉 코로나 19 확산시기에 따른 대통령 지지율

가위기상황에서 전달되는 연설문은 위기 극복을 위한 대통령의 위기 커뮤니케이션 전략을 반영하게 된다는 점에서(김혁, 2014) 위기극복을 위한 대통령의 중심의제가 무엇인지, 국민의 지지를 얻기 위한 여론의제가 포함되어 있는지, 위기 극복을 위한 커뮤니케이션 전략까지 포괄적으로 살펴볼 수 있다는 장점이 있다.

국가위기상황에서 대통령 연설문을 분석한 선행 연구를 보면 자연재해(Benoit & Henson, 2009; Holmqvist, 2018; Liu, 2007), 감염병(Adu & Amankwah, 2021; Burni & Tamaki, 2021; Hatcher, 2020) 등 다양한 분야에서 활발한 연구가 진행되고 있다. 구체적으로 살펴보면, 베노이트와 헨슨(Benoit & Henson, 2009)은 허리케인 카트리나 상황에서 부시 대통령의 위기 커뮤니케이션을 분석했는데, 부시 대통령은 느리고 서투른 커뮤니케이션으로 많은 비난을 받았고 이는 다음 재선에 부정적 영향을 미쳤다고 보고했다. 코로나19 상황에서 트럼프 대통령의 커뮤니케이션을 분석한 해처(Hatcher, 2020)의 연구에 따르면 대통령이 질병예방센터의 지침을 지지하지 않고, 코로나19에 대해 검증되지 않은 정보를 옹호해 혼란을 퍼뜨리는 커뮤니케이션을 전개했다는 비난을 받았다. 또한 감염 관련 책임을 다른 기관에 돌려 보건 이슈를 둘러싼 문제를 가중화시켰다는 지적을 받았다. 한편, 코로나19 상황에서 브라질 대통령의 커뮤니케이션을 분석한 선행연구(Burni & Tamaki, 2021)에서는 보우소나루 대통령이 감염병 확산과 사망자 증가에 대한 우려를 거의 표명하지 않고 감염병을 일반적인 '감기' 정도로 치부해 상황의 심각성을 인지시키지 못했음을 지적했다. 이러한 보우소나루 대통령의 커뮤니케이션은 위기상황에서 사회 분열과 감염병의 정치화를 조장하거나 상황을 악화시키는 데 일조했다는 평을 받았다. 이와 같이 위기상황에서 대통령의 연설문은 대통령의 위기 인식 및 위기관리 소통능력을 확인해볼 수 있는 중요한 도구가 될 수 있다.

위기상황에서의 커뮤니케이션 전략

위기 커뮤니케이션이란 위기 상황에서 조직의 피해를 최소화하고 조직의 이미지를 보호하기 위해 행해지는 커뮤니케이션이다(Coombs, 1999). 선행연구를 보면, 보다 효과적인 커뮤니케이션을 위해 다양한 위기 커뮤니케이션 이론과 모델(e.g. STREMII, SMCC, IDEA)을 활용하여 연구를 진행하고 있는데 그 중에서도 'IDEA(Internalization, Distribution, Explanation, Action)' 모델은 위기 발생 시 빠르고 효율적인 메시지 전달을 위해 제시된 모델로(Sellnow, Lane, Sellnow & Littlefield, 2017), 감염병 상황에 효과적으로 적용될 수 있는 이론으로 알려져 있다(Sellnow-Richmond, George & Sellnow, 2018).

셀노우와 셀노우(Sellnow & Sellnow, 2013)가 개발한 IDEA 모델은 위기 커뮤니케이션 구성요소로 내재화(Internalization), 설명(Explanation), 행동(Action)을 포함해야 한다고 설명하고 있다. 먼저, '내재화'는 정서적 측면과 관련된 요소로 위험이 개인과 어느 정도 관련이 있는지, 위험의 잠재

적 영향력은 무엇인지를 강조하여 수용자가 메시지에 집중하도록 동기 부여하는 역할을 한다. 관련성을 높이는 내재화 요소의 예시를 보면, “코로나, 완치돼도 심각한 후유증 남는다”, “지속되는 감염병 확산으로 장기적으로 일상생활이 불가할 것으로 보인다”, “현재 지역 확산 심각한 상황이다”와 같이 상황의 심각성을 언급하며 이것이 개인에게 어떠한 영향을 미칠 수 있는지를 전달하는 것에 초점을 둔다. 다음으로,‘설명’은 인지적 측면의 요소로 현재 어떠한 상황이 일어나고 있으며, 위기상황에 대응하기 위해 무엇을 하고 있는지에 관한 내용을 전달하는 것을 의미한다. 예를 들어 “백신 확보를 위해 협약을 진행 중이다”, “재난지원금을 통해 경제 피해를 최소화할 것이다”와 같이 현재 위기상황에서 무슨 일이 일어나고 있는지 정확한 정보를 제공하는 것을 말한다. 마지막으로 ‘행동’은 위험을 줄이기 위해 취할 수 있는 행동적 조치를 의미하며, 위기로 인한 피해를 줄여줄 수 있는 요소로 특히 중요하다(Frisby, Sellnow, Lane, Veil, & Sellnow, 2013). 행동 제시가 모호할 경우, 수용자들은 자신을 보호하기 위해 아무것도 하지 않거나 잘못된 행동을 할 가능성이 높은 것으로 알려져 있기 때문에 보다 구체적인 행동옵션을 제시해야 한다(Sellnow, Iverson, & Sellnow, 2017). 예를 들어, 코로나19 상황에서 "자신을 바이러스로부터 보호하라"는 메시지 보다 “마스크 착용을 생활화하고 모임을 자제하라"고 구체적 행동 조치를 언급하는 것이 더 효과적이라는 설명이다. 이렇게 작성된 위기 메시지는 다양한 채널을 통해 배포(Distribution)되어 다수의 청중에게 도달되어야 한다(Anthony, Sellnow, & Millner, 2013).

IDEA 모델은 위기상황에서의 효용성을 인정받아 다양한 분야에서 연구가 진행되어 왔다 (Mugunga & Napakol, 2020; Salazar & Sellnow, 2021; Sellnow, Iverson, & Sellnow, 2017; Sellnow-Richmond, George, & Sellnow, 2018). 그 중 보건 위기 분야에서 우간다 정부의 B형 간염 예방 메시지를 분석한 연구(Mugunga & Napakol, 2020)에서는 우간다 정부가 IDEA 모델의 메시지 요소 중 ‘내재화’, ‘설명’, ‘행동’을 모두 포함하지 않았음을 지적하였다. 또한, 에볼라 바이러스 관련 위기메시지를 IDEA모델을 통해 분석한 연구(Sellnow-Richmond, George, & Sellnow, 2018)에서는 ‘내재화’와 ‘행동’ 요소를 주로 사용한 것으로 나타났고 ‘설명’ 요소가 보충될 필요가 있음을 지적하였다. 미국에서 코로나19 위기 커뮤니케이션을 분석한 살라자르(Salazar & Sellnow, 2021)의 연구에서는 ‘내재화’, ‘설명’, ‘행동’ 요소가 모두 반영되었음을 확인하였다. 본 연구는 코로나19 관련 우리나라 대통령 연설문에 IDEA모델에서 제시한 효과적인 메시지 요소가 포함되었는지, 부족한 요소들이 있다면 무엇인지 토픽모델링 결과를 해석하는데 IDEA 모델을 적용해 보고자 하였다.

한편, 위기상황에서 감정의 중요성이 강조되고 있으며 감정은 위기 커뮤니케이션 분야에서 핵심 변인 중의 하나로 연구되어 왔다 (Choi & Lin, 2009a, 2009b; Coombs & Holladay, 2005; Jin, Pang, & Cameron, 2012). 실제로 감정은 메시지

수용자가 위기상황을 인지하고 이해하는 중요한 준거점(anchor)의 역할을 할 수 있다고 보고됐다(Jin, Pang, & Cameron, 2012). 동일한 내용의 메시지라도 긍정 또는 부정적 수사를 통해 전달할 때 수용자의 인식이 변화될 수 있다는 것이다(Brunken, 2006). 일반적으로 수용자들은 긍정적 메시지보다 부정적 메시지에 더 주의를 기울이는 것으로 알려졌는데(Henard, 2002), 그 이유는 부정적 정보가 긍정적 정보보다 더 진단적(diagnostic), 혹은 유용하다고(김성진 · 김종근, 2010) 여기기 때문인 것으로 나타났다(Maheswaran & Meyers-Levy, 1990). 또한 부정적 메시지는 체계적이고 세심한 정보처리를 할 수 있도록 하기 때문에 위기 상황에서 부정적 메시지를 활용하는 것이 효과적일 수 있다는 견해도 제시되었다(George, 2000). 하지만 반대로 안정감을 주는 긍정적 메시지와 달리, 부정적인 메시지는 수용자에게 불필요한 불안감을 줄 수 있기에(Fredrickson et al., 2003) 긍정적 메시지를 활용해야 한다는 주장도 늘고 있다. 위기상황에서 긍정적인 메시지가 부정적 감정을 감소시키고, 올바른 행동을 취하게 하는 등 상황을 대처하는 데 도움을 준다는 설명이다(Fredrickson et al., 2003). 위기상황에서 지나치게 부정적인 메시지는 공포감을 유발하여 회피 등 극단적인 대처를 유도할 수 있는(Vemprala, Bhatt, Valecha & Rao, 2021) 반면, 지나치게 낙관적인 메시지는 위기에 둔감 하게해 제대로 대응하지 못하게 할 수도 있기에(Wilson, 2018), 대통령은 위기상황을 포괄적으로 이해하여(예: 객관적 위험 인식 수준, 대중의 감정 상태 등) 상황에 맞는 감성을 위기메시지에서 전달해야 한다.

텍스트마이닝을 통한 연설 분석

정책 형성 및 국정 운영 전반의 행태를 파악 하는 데 있어 중추적인 역할을 하는 대통령 연설문은 정치철학과 정책 집행에 대한 의지가 담겨있는 텍스트로서 정치학(김수정, 2020; 김혁, 2014; 박준형 외, 2017; 이창길, 2010), 커뮤니케이션학(김희정 · 김영은 · 이민규, 2012; 백영순, 2014; 이상휘, 2013) 등 다양한 분야에서 분석되어 왔다. 특히, 텍스트 내에서 실제적이고 잠재적으로 이루어지고 있는 주된 논의 및 표현 내용을 발견할 수 있다는 장점이 있는(Chakraborty et al., 2014) 텍스트마이닝을 활용한 연구가 늘고 있다.

그 중에서도 토픽모델링은 비구조화된 텍스트 자료들의 뭉치로부터 의미 있는 주제(토픽)들을 추출해주는 확률모델 알고리즘으로서 방대한 텍스트 자료로부터 맥락과 관련된 단서들을 이용하여 해석가능성이 높은 주제들을 추출해준다(Blei et al., 2003). 텍스트 안에서 어떠한 메시지가 전달되는지를 파악하는 데 매우 유용하기 때문에 커뮤니케이션 분야에서 혁신적인 접근 방법으로 평가되고 있어(Jin & Spence, 2021), 최근 이러한 토픽모델링을 활용해 연설문을 분석한 연구들이 늘고 있다 (김성국 · 이태휘, 2020; 박정원 · 유광민, 2020; Meneses, 2021; Miranda & Bringula, 2021). 먼저, 김성국과 이태휘(2020)는 대통령 연설문을 토픽모델링으로 분석하여 각 대통령의 국정 주제와 비교하였으며, 박정원과 유광민(2020)의 연구에서도

토픽모델링을 적용하여 정권 별 규제개혁 정책에 대한 대통령의 인식 및 정책 방향에 관하여 고찰하였다. 13명의 필리핀 대통령의 국정연설을 분석한 연구(Miranda & Bringula, 2021)에서는 대통령들에게 공통적으로 발견된 토픽을 통해 필리핀 대통령들이 중시하는 의제가 무엇인지를 확인하였다. 이와 같이 토픽모델링을 통한 연설문 분석은 대통령이 중시하는 의제나 정책 등을 살펴보는 데 용이하게 사용되고 있다.

텍스트마이닝 기법은 토픽모델링처럼 내용을 파악하는 것뿐만 아니라 텍스트 내의 감성 또한 분석할 수 있는데, 감성 분석은 주요 어휘가 긍정인지 부정인지를 판단하는 감성극성에 따라 사전에 정의된 감성 사전을 구축하고, 새로운 문서가 갖는 어휘들의 감성극성을 분석하여 문서 전체의 감성을 도출하는 방법이다(김남규 · 이동훈 · 최호창, 2017). 감성분석은 주로 리뷰나 SNS 위주로 그 연구가 진행되었는데 최근에는 연설문의 어조를 감성분석으로 알아보는 연구들도 등장하기 시작했다(Dilai, Onukevych & Dilay, 2018; Liu & Lei, 2018; Miranda & Bringula, 2021; Rydeen, 2018). 예를 들어, 필리핀 역대 대통령의 국정연설을 분석한 연구(Miranda & Bringula, 2021)에서는 긍정적 연설들이 주를 이뤘지만, 국가 상황이 좋지 않은 시기에는 부정적 연설이 증가한 것으로 나타나 국가 상황에 따라 연설의 감성이 달라질 수 있음을 밝혔다. 이러한 선행연구를 기반으로 본 연구에서는 메시지에서 강조하는 내용을 추출해주는 토픽모델링과 함께 텍스트에서 어떠한 감성이 우세하게 나타나는지 분석해주는 감성분석을 활용하여 코로나19 상황에서 대통령의 연설문을 분석하고자 하였다.

앞서 소개한 논의를 기반으로 본 논문은 코로나19 기간 동안 대통령 연설문에 나타난 위기커뮤니케이션의 변화 과정을 토픽 모델링 기법을 통해 분석하여 코로나19 확산에 따라 토픽이 어떻게 변화하는지 살펴보고자 하였다. 이와 함께, 연설문에 나타난 감정요인에 주목하였는데, 감정은 위기 책임성 인식 등 (Choi & Lin, 2007) 공중이 위기를 인지하고 이해하는 데 영향을 미치며(Jin, Pang, & Cameron, 2012), 위기상황에서 의사결정을 내려야 할 때 이를 돕는 역할을 한다고 알려져 있다(Loewenstein, Weber, Hsee & Welch, 2001). 코로나 19라는 위기상황에서 최고 통수권자인 대통령의 연설에서 전달되는 감정적 요소는 연설문에서 나타나는 주제와 함께, 국민의 위기 상황인식 및 의사결정에 직접적인 영향을 미칠 수 있어 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 〈연구문제1〉 코로나19 주요 확산 시기별 대통령 연설문에 나타난 토픽은 무엇이며 어떻게 변화하는가?
- 〈연구문제2〉 코로나19 주요 확산 시기별 대통령 연설문의 감성 변화는 어떻게 나타나는가?

연구방법

연구 자료 수집

본 연구의 분석기간은 국내에 코로나19 첫 확진자가 발생한 2020년 1월 19일부터 2021년 10월 31일 현재까지, 약 1년 10개월이다. 자료 수집을 위해 청와대 웹사이트(http://www.president.go.kr) 내에서 대통령 연설 기록을 추출하였으며 이후 스크리닝을 통해 코로나19와 관련된 연설문만을 분석에 포함하였다. 다음으로, 본 연구에서는 확진자 수가 급증한 시기를 4시기로 구분하여 분석에 활용하였다. 이에 선행연구(이진희 · 박민숙 · 이상원, 2021)를 참고하여 코로나 확진자가 급증한 시기부터 확진자 수가 감소한 시점 혹은 확진자 감소로 인하여 거리두기가 조정된 시점까지를 기준으로 시기를 구분하였다. 또한 연구 기간 동안의 코로나19 관련 뉴스보도 추이를 살펴보고 보도 추이가 급증한 시기에 발생한 사건들을 선정하여 주요 사건으로 포함하였다. 〈그림2〉는 확진자 수에 따라 시기를 구분한 것이며 시기별 주요 사건은 〈표 1〉과 같다. 최종적으로 분석에 포함된 연설문은 1차 확산 47건, 2차 확산 42건, 3차 확산 36건, 4차 확산 25건으로 총 150건이었다.

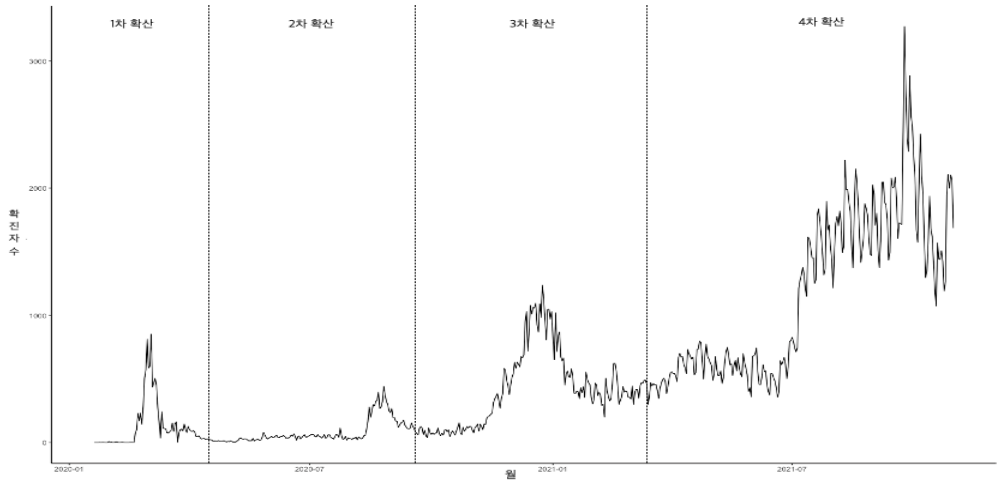
연구 절차 및 분석

1) IDEA모델의 조작적 정의

IDEA모델의 각 변인은 에볼라 감염병 위기상황에서 IDEA모델을 분석틀로 활용한 선행연구(Salazar & Sellnow, 2021)를 참고하여 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다(〈표 2〉 참조). 또한 분석을 위하여 대학원생 두 명의 코더가 코딩에 참여하였으며 변인에 대한 이해를 거쳐 코딩을 실시하였다. 코더 간 신뢰도는 코헨의 카파(Cohen's Kappa) 방법을 사용하였으며 코더간 신뢰도는 .92 ~ 1.0으로 나타났다.

2) 데이터 전처리

분석을 위하여 R program (R Foundation for



〈그림 2〉 확진자 수에 따른 시기 구분

〈표 1〉 국내 코로나19 확산 시기별 주요사건 및 정부 대응

	정부 정책	주요 사건
1차 확산 20.01.19 –20.04.20 (47건)	대통령 “정부 믿고 과도한 불안 자제”(20.01.26) 정부 “코로나19, 집단 행사 무조건 취소할 필요 없어” (20.02.12) 대통령 “코로나 불안 떨치고 일상활동 하라”(20.02.12) 정부 “중국입국금지 불허” (20.02.24)	대구 · 경북 신천지 집단감염(20.02.18) 관련 확진: 5213명, [거리두기 없음] 중국 입국금지 청원 76만명 돌파(20.02.23) [거리두기 없음] 4.15 제 21대 총선(20.04.15) [거리두기 2단계]
2차 확산 20.04.21-20.09.28 (42건)	1차 긴급고용안정지원금(20.06.01) 대통령 “지금은 소비가 애국” (20.07.02) 8대 분야 할인 소비 쿠폰(20.07.30) 특별여행주간 발표(숙박 50%할인)(20.08.09) 대통령 “한국은 세계에서 가장 성공한 방역 모범국”(20.08.11) 2차 긴급재난지원금(20.09.22)	이태원 클럽 관련 집단감염(20.05.07) 관련 확진: 271명, [거리두기 1단계] 리치웨이 관련 집단감염 (20.06.04) 관련 확진: 210명, [거리두기 1단계] 사랑제일교회 관련 집단감염(20.08.12) 관련 확진: 1156명, [거리두기 1단계] 광화문 보수 집회(20.08.15) 관련 확진: 510명 [거리두기 1단계] 민주노총 집회(20.08.15) 관련 확진: 3명, [거리두기 1단계]
3차 확산 20.09.29–21.03.31 (36건)	대통령”거리두기 하향 조치는 코로나19에 대한 자신감”(20.10.12) 대통령 “빠른 경제회복 기대 소비진작 동참해 달라”(20.10.26) 대통령 “백신과 치료제로 긴 터널의 끝이 보인다”(20.12.09) 3차 재난 지원금(21.01.11) 4차 재난 지원금(21.03.29)	동부구치소 관련 집단감염(20.11.27) 관련 확진: 1203명, [거리두기 2단계] BTJ열방센터 관련 집단감염 (20.12.03) 관련 확진: 787명, [거리두기 2단계] IM선교회 관련 집단감염(21.01.24) 관련 확진: 497명, [거리두기 2.5단계]
4차 확산 21.04.01–21.10.31 (25건)	백신 접종 본격화(21.04.01) 한–미, ‘글로벌 백신 파트너십’ 구축 합의(21.05.23) 대통령 “K방역이 국제적 표준이 됐다” (21.06.21) 5차 재난 지원금(21.09.06) 위드코로나 시행(21.11.01)	델타 변이 바이러스 국내 첫 확인 (21.04.18) [거리두기 2단계] 홍대 원어민 강사 관련 집단감염(21.06.22) 관련 확진: 242명, [거리두기 2단계]

〈표 2〉 IDEA모델의 조작적 정의

요소	개념적 정의	조작적 정의	예시	코더간 신뢰도
내재화	정서적 측면과 관련된 요소로,위기에 대한 공중의 주의를 끌고 그러한 주의를 유지하도록 하는 것	정서적으로 위험과 개인이 얼마나 관련이 있는지 밝혀 메시지를 강조하는 것	확진자 수 증가 등	.92
설명	인지적 측면의 요소로, 위기 상황에서 무슨 일이 발생하고 있는지에 대한 정확한 정보를 제공하는 것	위기 상황을 해결하기 위해 정부나 조직이 진행하는 일에 대해 정보를 제공하는 것	경제 정책, 백신 정책 등	.94
조치	감염병을 예방하기 위해 해야 할 적절한 조치를 제공하는 것	코로나19를 예방하기 위한 보호조치를 알리는 것	예방 수칙 전달, 마스크 착용 등	1.0

Statistical Computing, Vienna, Austria)의 한국어 형태소 분석 패키지인 'KoNLP'패키지를 이용하여 토큰화(tokenization) 및 원형 복원(lemmatization)을 진행하였다. 토큰화는 주어진 말 뭉치에서 토큰이라 불리는 단위(단어, 단어구 등)로 분리하는 과정을 말하며, 원형 복원은 다양한 형태의 단어들을 그 뿌리 단어로 변환 처리하여 단어 개수를 줄이는 과정이다. 토픽모델링의 모형 추정에서 텍스트 전처리(Text preprocessing)는 분석 결과의 신뢰도에 큰 영향을 줄 수 있어 자연어 처리에서 가장 중요한 부분 중 하나라고 보고되고 있다(박한샘 · 김동현 · 장성주, 2019). 이 과정을 통하여 의미 파악이 어려운 조사, 형용사, 동사 등을 제외하고 일반명사만을 추출하였다. 이후 'tm'패키지를 활용하여 불용어 처리, 특수문자, 숫자 제거 등을 시행하였다(Jun, 2015). 1차 정제 데이터에서 '신종', '코로나','감염병'처럼 단순명사로 분리되어 분석에 오류를 일으킬 수 있는 단어는 원문 내용을 참고하여 '코로나19'와 같이 고유명사와 복합명사로 변환시켰다. 또한 '지자체들', '의료진들' 등의 복수명사를 단수명사로 변경하였으며, '개', '명' 등 단위를 표현하는 단어와 '얼마', '어떤' 등의 특별한 의미가 없는 단어를 삭제하였다. 이상의 정제 과정을 통해 7,642개의 명사 단어로 이루어져 있던 연설문에서, 5,029개의 명사 단어가 추출되었다. 각 확산 시기별 연설문의 다빈도 키워드의 변화를 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 1차 확산에서 4차 확산까지 상위에 위치하는 주요 단어들은 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 주로 대통령은 '우리'라는 단어를 사용함으로써 소속감을 강조하여 상황을 이겨 나가자는 내용을 주로 사용하였고 '국민'이라는 단어를 통해 위기상황에서 국민의 역할에 대해 언급했다. 또한 정부 대처에 대한 언급으로 '정부'라는 단어의 빈도가 자주 등장하였으며 코로나 상황과 관련된 '방역'과 '경제'에 대한 단어들이 등장하는 것으로 나타났다. 4차 확산에서는 앞선 확산 시기와는 달

〈표 3〉 확산 시기별 다빈도 키워드 변화

순위	1차 확산		2차 확산		3차 확산		4차 확산	
	키워드	빈도	키워드	빈도	키워드	빈도	키워드	빈도
1	우리	248	국민	287	우리	253	백신	223
2	국민	205	우리	232	국민	225	국민	138
3	정부	199	정부	181	정부	213	정부	130
4	경제	174	경제	167	방역	156	우리	127
5	방역	139	방역	167	경제	146	경제	91
6	지원	114	상황	103	백신	105	접종	91
7	극복	89	국회	80	지원	85	방역	89
8	기업	86	지원	80	상황	72	회복	86
9	상황	85	협력	70	강화	66	세계	58
10	대응	80	일자리	66	노력	63	지원	58

리, 백신'단어의 빈도가 가장 높게 나타났다.

3) 토픽모델링

본 연구에서는 구조적 주제모형(STM: structural topic modeling) 방법을 사용하여 연설문을 분석하였다. STM은 메타 데이터와 토픽의 상관관계를 추정할 수 있으며, 한 토픽을 다른 토픽과 구분하여 해석하기에 용이하다는 장점을 지닌다(설동훈·고재훈·유승환, 2018). 이에 본 연구에서는 연설문 작성 시기를 메타 데이터로 활용하여, 시간 변화에 따라 문서의 토픽이 어떻게 변하는지 살펴보았다.

토픽 모델링 분석 결과의 타당성을 확보하는 데 가장 중요한 것은 적정한 수의 토픽 수를 정하는 것이다(이대영 · 이현숙, 2021). STM 패키지는 가장 최적의 토픽 개수(k)를 선택하는 데 유용한 Held-out 가능도(Held-Out likelihood)와 의미적 일관성(Semantic Coherence), 잔차(Residuals), 하한(Lower Bound) 등 4개의 지표를 제공한다. 본 연구에서는 최적 토픽 개수를 결정하기 위해 STM 토픽의 개수를 3~10개까지 점진적으로 증가시키면서 Held-Out likelihood 등 4개 지표의 결과를 확인하여 토픽이 3개일 때 Held-Out likelihood가 높고 잔차가 가장 적으며 일관성이 높은 것을 확인할 수 있었다. 따라서 최종적으로 3개의 토픽 개수를 도출하였다.

토픽 모델링 이후에는 토픽의 이름을 붙이기(labeling) 위해 토픽을 구성하는 주요 단어를 확인하는 과정을 거쳤다. 토픽을 해석하고 명명하기 위하여, 'stm' 패키지를 활용하여 토픽당 가장 중요한 단어들의 highest probability, FREX, lift, score라는 4가지 가중치를 참고하였다(장재윤 · 최연재 · 강지연, 2020; Schmiedel et al. 2019). 먼저, highest probability는 토픽당 특정 단어가 나타날 확률을 사용하는 것으로, a라는 토픽이 있다고 가정할 때 a라는 토픽에서 나타날 확률이 가장 높은 단어들을 보여준다. 두 번째는 FREX로 전반적인 단어 빈도와 한 토픽에 대한 단어들의 배타성의 가중 평균을 사용한다. 예를 들어, b라는 단어가 a라는 토픽에서 가지는 중요도나 영향 정도에 해당하는 가중치를 반영하여 단어를 수집하게 되는 것이다. 셋째는 lift로 빈도를 활용하여 단어를 구성하게 되는데 예를 들면 a와 b라는 토픽이 존재할 때, a에서 빈도가 높으면서 b토픽에서는 나타나지 않는 단어들로 구성 된다. 마지막으로 score는 a토픽에 고유한 단어를 확인하기 위해 a토픽 안의 b라는 단어가 다른 토픽에서의 보이는 빈도를 로그 빈도를 통해 계산하게 된다. 이중 FREX와 lift는 매우 희귀한 용어들을 높게 랭크하여 사용 빈도가 적은 단어 혹은 잘못 써진 단어 등이 포함될 수 있기 때문에(장재윤 · 최연재 · 강지연, 2020) 본 연구에서는 highest probability와 score에 주목하여 토픽을 명명하였다. 라벨링 과정은 신뢰도를 확보하기 위해 두 명의 광고홍보학 전공 대학원생에 의해 독립적으로 진행되었다. 그 결과 라벨링이 이루어진 12개의 토픽 모두 만족할 만한 일치도를 보였다(일치율=92%).

4) 감성분석

본 연구는 사전 기반 판별 방법을 사용하여 감

성분석을 진행하였다. 사용된 사전은 군산대 Data Intelligence Lab에서 개발한 'KNU 한국어 감성 사전(KNU Sentiment Lexicon)'으로, 우리말에서 보편적으로 사용 되는 감정 표현을 탐지하는 데 적절한 것으로 알려져 있다(박상민 · 엄창민 · 온병원 · 정동원, 2019). 분석 수준은 단어로, 연설문별 감성지수는 먼저 한 연설문 속 단어 각각의 감성 점수를 매기고 합산한 뒤 연설문의 총 단어 수로 나누어 산출하였고, 'SentimentAnalysis' 패키지의 'ruleSentiment' 함수를 이용하여 산출되었다(최창식 · 임영호, 2021). 계산된 감성지수는 양의 점수의 경우 긍정적 표현이 부정적 표현보다 우세하며, 반대로 음의 감성지수는 부정적 표현의 우세를 의미하는 것으로 해석하였다. 또한 지수의 값이 0으로 산출되는 경우는 중립으로 해석하였다. 분석을 마친 후, TF-IDF(Term Frequency - Inverse Document Frequency)분석을 진행하여 감성에 따라 나타나는 주요 키워드를 확인하고자 워드 클라우드를 사용해 시각화하였다. TF-IDF분석은 특정 키워드가 하나의 문서에 얼마나 적게 나왔는가에 가중치를 주는 방법으로 문서의 핵심어를 추출할 때 사용하며(한기향, 2019) 개별 문서에 사용된 단어의 중요도를 표현하는 데 우수한 방법으로 알려져 있다(Lee, Lee & Lee, 2018).

연구결과

〈연구문제1〉에 대한 검증 결과

〈연구문제1〉은 '코로나19 주요 확산 시기별 대통령 연설문에 나타난 토픽은 무엇이며 어떻게 변화하는가?'이다. 먼저, 코로나19의 국내 첫 발생 및 이후 신천지와 대구 · 경북 중심의 감염병 확산 시기인 1차(2020년 01월 19일부터 2020년 04월 20일까지)에 속하는 대통령 연설문 47건을 분석한 결과, 토픽별 주요 키워드와 토픽은 〈표 4〉와 같다. 토픽1은 '일상생활 지속'으로 '소상공인', '최소화', '자영업자', '정상적', '일상생활' 등의 키워드가 포

〈표 4〉 1차 확산 주요 토픽

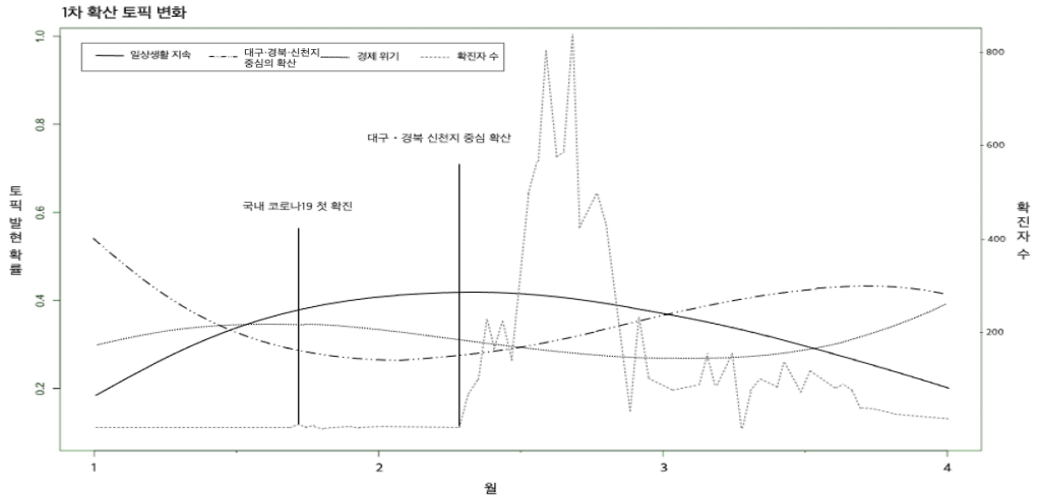
토픽ID	토픽명	주요 키워드
1	일상 생활 지속	Highest Prob: 소상공인, 최소화, 자영업자, 지역경제, 경제활동, 정상적, 일상생활
		Score: 경제활동, 소상공인, 지역경제, 자영업자, 최소화, 중앙정부, 정상적
2	대구 · 경북 · 신천지 중심의 확산	Highest Prob: 확진자, 지자체, 의료진, 지역사회, 마스크, 어려움, 신천지
		Score: 수도권, 대유행, 신천지, 지역사회, 확진자, 종교단체, 소규모
3	경제 위기	Highest Prob: 적극적, 어려움, 중소기업, 일자리, 비상경제, 세계적, 글로벌
		Score: 세계적, 일자리, 중소기업, 글로벌, 비상경제, 국제사회, 적극적

함되었으며 국민들은 안심하고 일생생활을 정상적으로 이어나갈 것을 권장하는 내용이었다. 토픽2는 '대구 · 경북 · 신천지 중심의 확산'으로 '확진자', '어려움', '지자체', '신천지' 등의 키워드가 나타났으며 이는 신천지와 관련된 코로나19 확산의 심각성을 알리는 내용이 주를 이룬 것으로 분석되었다. 토픽3은 '경제 위기'라는 토픽으로 '적극적', '어려움', '일자리', '비상경제' 등의 키워드가 나타났으며 코로나19로 인한 경제, 일자리 문제에 대해 정부가 적극적으로 대처하겠다는 내용이다.

IDEA모델의 관점에서 추출된 토픽을 분석해 볼 때, '대구 · 경북 · 신천지 중심의 확산'과 '경제 위기' 토픽은 확진자 수 증가와 위기 상황에 대해 알림으로써 정서적 측면에서 경각심을 일으켜 공중의 주의를 끈다는 점에서 '내재화'요소에 포함될 수 있다.

'일상생활 지속'이라는 토픽은 점점 증가하다가 신천지 · 대구 · 경북 중심의 확산이 터진 2월 중순부터 점차 줄어드는 양상을 보였다(〈그림3〉참조). 1차 확산 시기에 '일상생활 지속' 토픽이 초반에 높게 발현된 것은 주목할 만 하다. 코로나19 초기 대통령의 심각성 인식이 높지 않았을 가능성을 배제할 수 없다. '대구 · 경북 · 신천지 중심의 확산' 토픽은 점점 감소하는 양상을 보이다 3월에 증가하는 것을 확인할 수 있었는데 이 시기는 1차 확산에서 확진자가 가장 많이 발생한 시기이다. 1월 초반 '지역 확산' 토픽 발현률이 높게 나타난 것은 국내에 코로나19가 발생하면서 지역 확산에 대한 관심이 높아졌기 때문인 것으로 파악된다.'경제 위기' 토픽은 신천지 대구 · 경북 중심 확산 이후로 감소하다가 다시 증가하는 추세를 보이고 있었다.

다음으로 이태원 클럽, 리치웨이, 사랑제일교회 관련 집단감염과 광화문 보수 집회 및 민주노총 집회가 발생한 확산 시기인 2차(2020년 04월 21일

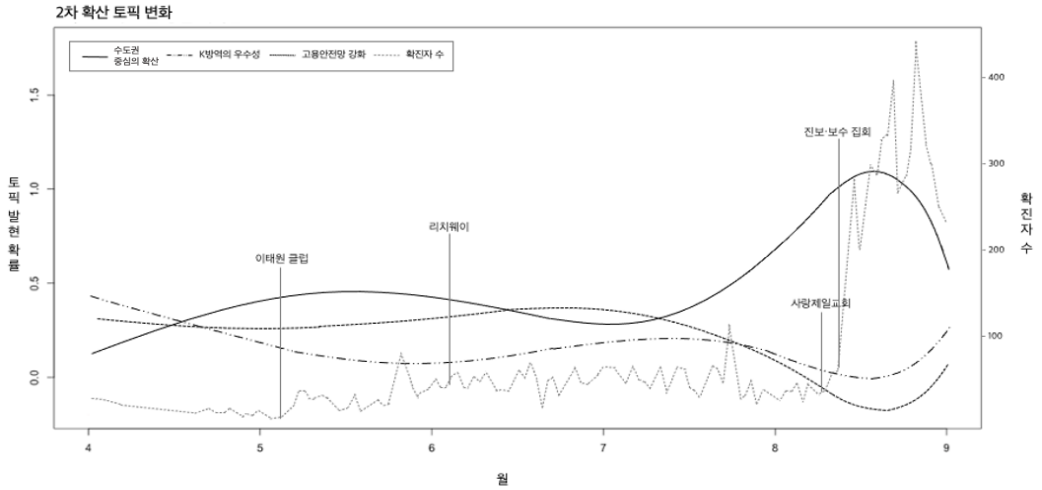


〈그림 3〉 1 차 확산 월별 토픽 변화

부터 2020년 09월 28일까지)에 속하는 대통령 연설문 45건을 분석한 결과, 주요 키워드와 토픽은 〈표 5〉와 같다. 토픽1은 '수도권 중심의 확산'이라는 주제로 '확진자', '어려움', '재확산', '사회적 거리두기', '지자체' 등의 키워드가 포함되었으며 2차 확산을 맞아 확진자 수 증가로 방역에 어려움을 겪고 있으니 사회적 거리두기를 강화해 달라는 내용이었다. 토픽2는 'K방역의 우수성'이라는 주제로 '우리나라', 'K방역', '뒷받침', '자부심' 등의 키워드가 나타났다. 우리나라가 방역을 우수하게 수행해 나가고 있다는 내용으로 상황을 잘 이겨 나가고 있으며 자부심을 가진다는 내용이 주를 이뤘다. 토픽3은 '고용 안전망 강화'로 '일자리', '한국판', '책임감', '고용안전망' 등의 키워드가 나타났으며 코로나19

〈표 5〉 2차 확산 주요 토픽

토픽ID	토픽명	주요 키워드
1	수도권 중심의 확산	Highest Prob: 확진자, 어려움, 재확산, 사회적거리두기, 지자체, 수도권, 온라인
		Score: 지역감염, 확진자, 수도권, 재확산, 거리두기, 의료계, 경제적
2	K방역의 우수성	Highest Prob: 대한민국, 의료진, 우리나라, 한반도, K방역, 뒷받침, 치료제
		Score: 자가격리, 한반도, 대한민국, 치료제, 자부심, 공동체, 보건복지부
3	고용 안전망 강화	Highest Prob: 일자리, 디지털, 한국판, 고용안전망, 어려움, 적극적, 활성화
		Score: 책임감, 일자리, 디지털, 고용안전망, 한국판, 사회안전망, 경쟁력



〈그림 4〉 2차 확산 월별 토픽 변화

로 발생한 고용문제를 한국판 고용안전망 구축을 통해 해결할 것이라는 내용이었다.

IDEA모델의 관점에서 추출된 토픽을 살펴보면, 확진자 수를 강조함으로써 공중의 주의를 끄는 '수도권 중심의 확산' 토픽은 '내재화'요소로 볼 수 있다. 또한 코로나19로 인한 고용 피해를 지원하겠다는 '고용 안전망 강화'는 위기상황에서 정부가 시행하는 정책에 대한 정보를 제공하고 있어 '설명'요소에 포함된다.

'수도권 중심의 확산'토픽은 수도권에서 지역으로 코로나19가 재확산되고 있어 거리두기 준수를 당부하는 내용으로 2차 확산에 나타난 토픽 중 가장 높은 발현률을 보였으며 확진자 수가 증가할 때 함께 증가하는 양상을 보였다(〈그림4〉참조). 'K방역의 우수성' 토픽은 우리나라 방역의 우수성을 강조하며 공동체로서의 자부심을 강조하는 내용으로 확진자가 증가할 때에 점점 감소하는 양상을 보였다. '고용안정망 강화'는 코로나19로 인한 고용문제를 해결하기 위해 정부가 안전망을 강화하여 경쟁력을 키우겠다는 내용으로 가장 낮은 발현률을 보였고 확진자 수가 증가함에 따라 점점 감소하는 추세를 보였다.

종합적으로 2차 확산 초반에는 'K방역의 우수성' 토픽이 높게 발현되었으며 이는 4월부터 점점 감소하다가 8월 확진자가 증가하면서 급격히 감소하는 양상을 보였다. 또한 '수도권 중심의 확산' 토픽은 확진자 수가 증가하기 시작한 8월부터 급격히 발현률이 증가한 것을 확인할 수 있었으며 . 방역 수칙과 같은 예방 수칙에 대한 키워드가 적게 나타난 것을 보아 행동조치보다는 상황의 심각성을 전달하는 데 연설문 내용이 집중됐음을 확인할 수 있다.

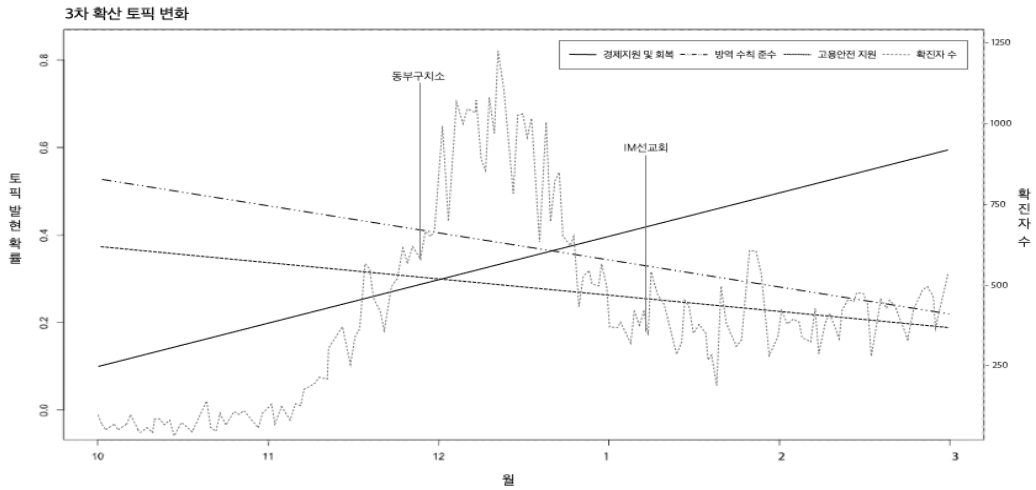
이후 동부구치소와 IM선교회 집단감염이 발생한 확산시기인 3차 (2020년 09월 29일부터 2021년 03월 31일까지)에 속하는 대통령 연설문 40건을 분석한 결과, 주요 키워드와 토픽은 〈표 6〉와 같다. 토픽1은 '경제 지원 및 회복'이라는 토픽으로 '백신접종', '소상공인', '적극적', '재난지원금' 등의 키워드가 포함되었다. 토픽2는 '방역 수칙 준수'로 '대규모', '치료제', '확진자', '치료센터', '방역수칙', 'K방역' 등의 키워드가 포함되었으며 전국적으로 코로나19가 확산되는 상황에서 K방역을 언급하며 긍정적인 극복가능성을 제시하고 개인 방역 수칙을 준수해달라는 내용인 것으로 나타났다. 토픽3은 '고용 안정 지원'으로 '일자리', '한국판', '재확산', '일자리' 등의 키워드가 나타났다.

IDEA모델을 통해 토픽을 분석하면, 코로나19로 인한 경제와 고용 피해를 지원하겠다는 '경제 지원 및 회복'과 '고용 안정 지원'토픽은 '설명'요소로 볼 수 있으며 코로나19를 예방하기 위해 해야 할 보호조치를 알리는 '방역수칙 준수'토픽은 '조치'요소로 볼 수 있다.

'경제 지원 및 회복' 토픽은 백신에 대한 논의가 활발하게 진행됨에 따라 경제적 지원을 통한 경제 회복을 도모하겠다는 내용이었으며 시간이 지날수록 증가하는 양상을 보였다(〈그림5〉참조). 한편, 11월부터 확진자 수가 증가하고 있음에도 '방역 수칙 준수' 토픽은 점점 감소하는 양상을 보였

〈표 6〉 3차 확산 토픽 분석 결과

토픽ID	토픽명	주요 키워드
1	경제 지원 및 회복	Highest Prob: 백신접종, 어려움, 소상공인, 적극적, 예방접종, 재난지원금, 정상화
		Score: 대상자, 백신접종, 예방접종, 재난지원금, 소상공인, 정상화, 합리적
2	방역 수칙 준수	Highest Prob: 확진자, 치료제, 어려움, 확산세, K방역, 사회적거리두기, 방역수칙
		Score: 대규모, 확진자, 생활치료센터, 감염자, 신속항원검사, 연말연시, 수도권
3	고용 안정 지원	Highest Prob: 일자리, 대한민국, 한국판, 재확산, 소상공인, 불평등, 어려움
		Score: 불확실성, 일자리, 한국판, 불평등, 제조업, 맞춤형, 경쟁력



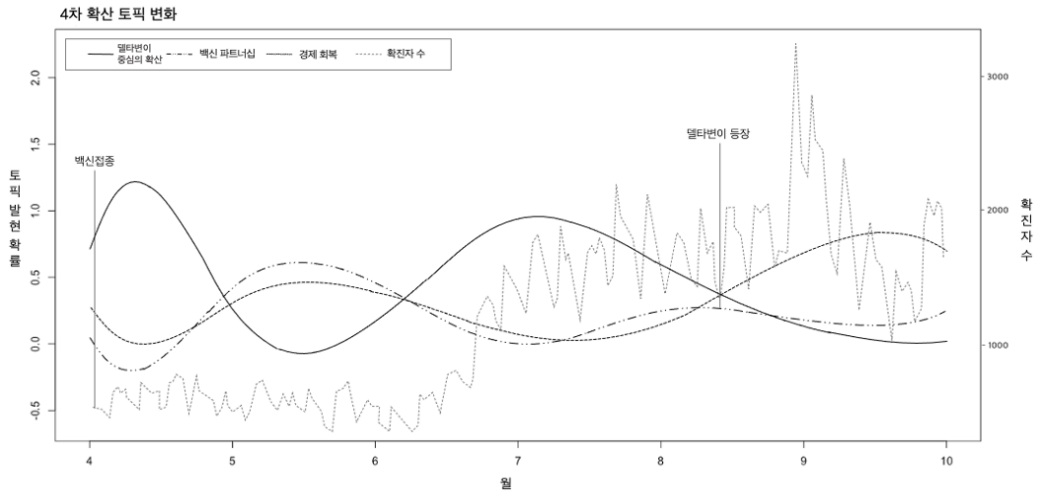
〈그림 5〉 3차 확산 월별 토픽 변화

다. '고용 안정 지원' 토픽은 코로나19로 인해 불안정한 고용 상황을 이겨내기 위한 정부의 포부, 지원과 관련된 내용이었으며 시간이 지날수록 감소하는 양상을 보였다.

마지막으로 백신접종이 본격적으로 시작되고 델타변이 바이러스가 등장한 4차(2021년 04월 01일부터 2021년 10월 31일까지)에 속하는 대통령 연설문 25건을 분석한 결과, 주요 키워드와 토픽은 〈표 7〉과 같다. 토픽1은 '델타변이 중신의 확산'이라는 토픽으로 '확진자', '지자체', '확산세', '수도권' 등의 키워드가 포함되었으며 4차 대유행을 맞아 지역 확산세가 지속되고 있다는 내용이었다. 토픽2는 방역 모범국에서 백신 생산까지 효과적으로 진행시키겠다는 내용의 '백신 공급을 위한 글로벌

〈표 7〉 4차 확산 토픽 분석 결과

토픽ID	토픽명	주요 키워드
1	델타변이 중심의 확산	Highest Prob: 백신접종, 확진자, 지자체, 확산세, 적극적, 우리나라, 수도권
		Score: 보건소, 지자체, 수도권, 거리두기, 생활치료센터, 확산세, 진단검사
2	백신 공급을 위한 글로벌 파트너십	Highest Prob: 글로벌, 세계적, 서비스, 파트너십, K방역, 위탁생산, 우리나라
		Score: 위탁생산, 파트너십, 글로벌, 대한민국, 서비스, 효과적, 선진국
3	경제 회복	Highest Prob: 대한민국, 일자리, 어려움, 대전환, 자영업자, 소상공인, 국제사회
		Score: 자부심, 대한민국, 일자리, 대전환, 한국판, 취약계층, 국민지원금



〈그림 6〉 4차 확산 월별 토픽 변화

파트너십'으로 '글로벌', '파트너십', '위탁생산', 'K 방역' 등의 키워드가 포함되었다. 토픽3은 '경제 회복'으로 '일자리', '대전환', '한국판', '자부심' 등의 키워드가 나타났으며 현재까지 대응에 자부심을 느끼고 위드코로나를 준비하면서 정부 지원을 통한 경제 회복을 준비하는 내용이 주를 이루었다.

IDEA모델의 관점에서 도출된 토픽을 살펴보면, 확진자 수 증가를 알리며 공중의 주의를 끄는 '델타변이 중심의 확산'토픽은 '내재화'요소에 포함되며, 코로나19 상황에서 정부가 시행하는 일에 대해 설명하는 '백신 공급을 위한 글로벌 파트너십'과 '경제 회복 '토픽은 '설명'요소로 볼 수 있다.

'델타변이 중심의 확산' 토픽은 확진자 수가 증가하는 양상을 보였음에도 불구하고, 4월과 7월에

높은 발현율을 보이다 점점 감소하는 양상을 보였다(〈그림6〉참조).'백신 공급을 위한 글로벌 파트너십' 토픽은 '백신 파트너십' 이 합의된 5월에서 6월 사이에 활발하게 발현됨을 확인할 수 있었다.'경제회복' 토픽은 확진자 수가 증가할수록 점점 증가하는 양상을 보였다.

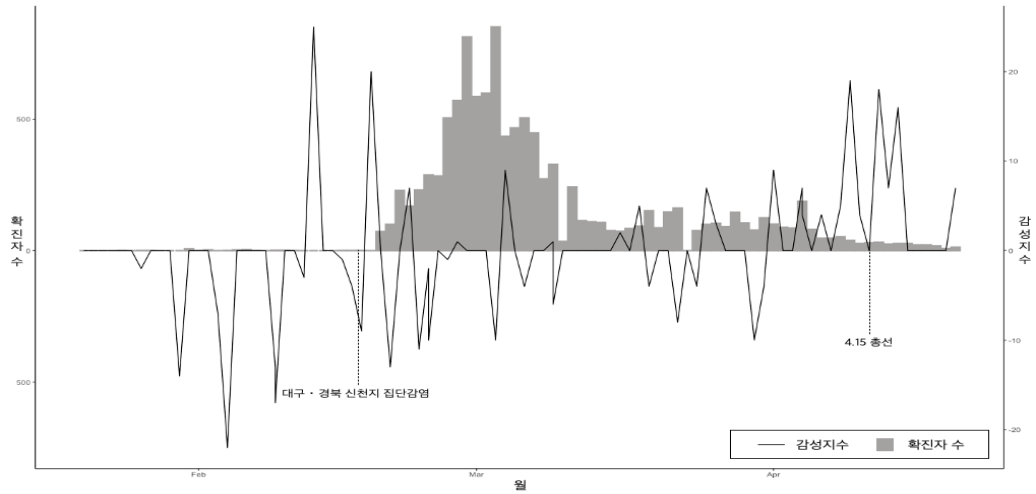
종합적으로 4차 확산 초반에는 '델타변이 중심의 확산' 토픽이 다른 토픽에 비하여 높게 발현되었고 시간이 지날수록 '경제회복' 토픽이 증가하는 양상을 보였다.

〈연구문제2〉에 대한 검증 결과

〈연구문제2〉는 '코로나19 주요 확산 시기별 대통령 연설문의 감성은 어떻게 변화하는가?'이며 이에 대한 수치를 나타낸 결과는 〈표 6〉과 같다. 감성분석 결과, 긍정적 감성이 94건(62.7%)으로, 부정적 감성 (48건, 32.0%)에 비해 매우 높은 것을 확인할 수 있었다. 긍정적 감성의 주된 내용을 살펴보면 'K방역', '극복 가능성', '백신 접종' 등과 관련된 내용이었으며 부정적 감성의 주요 내용은 '확진자 증가', '경제 피해', '고용 불안정' 등과 같은

〈표 8〉 확산 시기별 감성분석 결과

	1차 확산	2차 확산	3차 확산	4차 확산	전체
긍정	21 (14.0)	27 (18.0)	28 (18.7)	18 (12.0)	94 (62.7)
부정	22 (14.7)	13 (8.7)	8 (5.3)	5 (3.3)	48 (32.0)
중립	4 (2.7)	2 (1.3)	0 (0.0)	2 (1.3)	8 (5.3)
전체	47	42	36	25	150

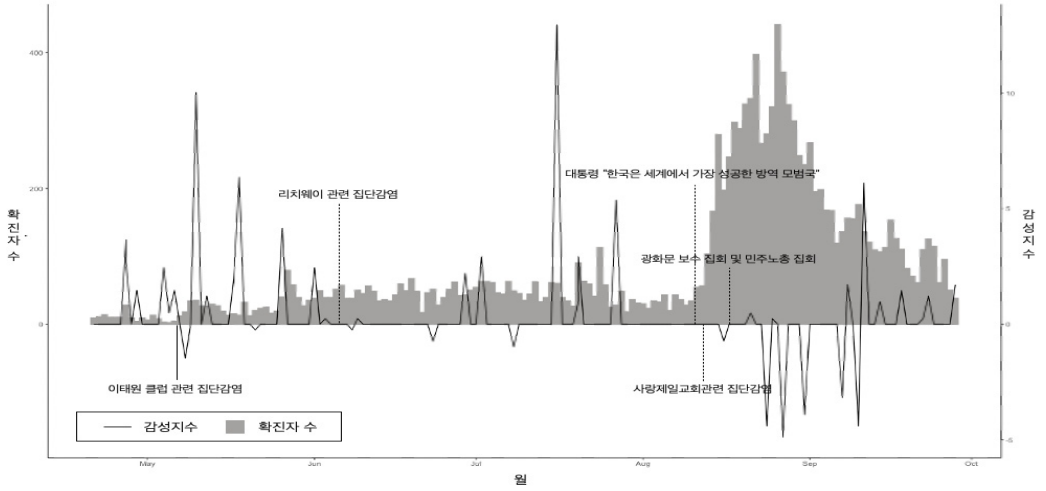


〈그림 7〉 1 차 확산 시기 확진자 수에 따른 감성 변화

내용이었다. 대구 · 경북 · 신천지 중심 집단감염 이후 확진자가 증가하면서 부정적 감성이 증가하였으며 사랑교회와 진보 · 보수 집회 관련 확산 이후로도 부정적 감성이 우세하게 나타났다. 이후 특정 사건이나 의제에 상관없이 긍정적 감성이 진행되고 있는 것으로 나타났다. 중립의 경우는 5.3%로 적은 비중을 차지하는 가운데 시기에 따른 특이성은 발견할 수 없었다.

먼저, 1차 확산 시기(2020년 01월 19일부터 2020년 04월 20일까지)의 47건의 연설을 분석한 결과 부정이 22건(14.7%), 긍정이 21건(14.0%)으로 나타났다(〈표 8〉참조). 구체적으로 코로나19 확산

〈그림 8〉 1 차 확산 시기 긍 · 부정 연설에 나타난 워드클라우드



〈그림 9〉 2 차 확산 시기 확진자 수에 따른 감성 변화

초기에는 주로 부정적인 연설이 이뤄졌고 신천지와 대구 · 경북 중심의 확진자 수가 증가한 시기 또한 부정적 연설이 주로 진행되고 있었다(〈그림 7〉참조). 이는 신천지와 대구 · 경북 중심의 확진자 증가와 관련된 부정적인 내용이 증가한 것으로 나타났다. 확진자 수가 점점 줄어들면서 긍정적 연설이 나타나기 시작했는데, 특히 4.15 총선이 진행된 시기를 보면, 하루 평균 약 44명의 확진자가 발생하는 상황에서 긍정적인 연설만이 주로 확인되었다.

〈그림 8〉은 1차 확산시기, 부정적, 긍정적 연설에 등장한 키워드의 빈도를 워드 클라우드로 시각화한 것이다. 부정적 연설에서는 어려움, 지역, 불안, 확산 등의 단어가 두드러지게 나타났고 긍정적 연설의 경우 방역, 극복, 협력, 세계, 개발 등의 단어가 나타나고 있었다. 공통적인 키워드로 '경제'가 나타났으며 부정적인 연설은 주로 코로나19의 지역 확산과 관련된 키워드가 등장하였고, 긍정적인 연설에서는 방역, 바이러스 극복, 치료제 개발 등과 관련된 키워드들이 주를 이뤘다.

다음으로 2차 확산 시기(2020년 04월 21일부터 2020년 09월 28일까지)를 보면, 42건의 연설 중 긍정이 27건으로 18.0%의 비율을 차지했으며 부정은 13건(8.7%)으로 나타났다(〈표9〉참조). 구체적으로 살펴보면, 이태원 클럽 관련 집단감염이 발생한 직후, 부정적 연설이 진행되었지만 이후에는 주로 긍정적인 연설이 진행되었음을 알 수 있었다(〈그림 9〉참조). 이 시기에는 소규모 집단감염이 발생하여 확진자가 증가하고 있음에도 불구하고 긍정적인 연설이 주를 이룬 것으로 나타났다. 이후 사랑제일교회 관련 집단감염과 보수 · 진보 집회가 발생하고 확진자가 증가함에 따라 부정적 연설이 진행되었다.

2차 확산 시기, 부정적, 긍정적 연설에서 등장한 키워드를 워드 클라우드로 살펴본 결과(〈그림 10〉참조), 부정적인 연설에서는 주로 상황, 교회, 어려움, 학교 등의 키워드가 두드러지게 나타났고, 긍정적인 연설에서는 경제, 지원, 대응, 한국판 등의

〈그림 10〉 2차 확산 시기 긍 · 부정 연설에 나타난 워드클라우드

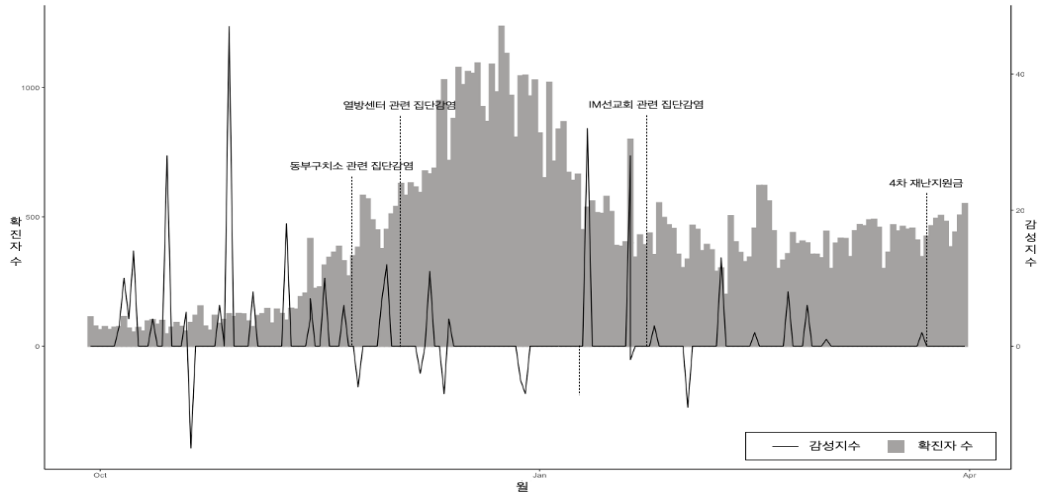
키워드가 주로 나타났다. 2차 확산에서 공통적인 키워드로 '방역'이 두드러지게 나타났으며 부정적인 연설은 주로 코로나19의 확산과 관련되었고, 긍정적인 연설은 경제, 협력, 일상, 극복 등과 관련된 키워드들이 주로 나타났다.

한편, 3차 확산 시기 (2020년 09월 29일부터 2021년 03월 31일까지)의 36건의 연설 중 긍정이 28건(18.7%), 부정이 8건(5.3%)으로 나타났다(〈표 8〉참조). 3차 확산에는 주로 긍정적인 연설이 진행되었는데(〈그림11〉 참조) 11월부터 3차 대유행이 시작되어 확진자가 증가하고 있는 상황임에도 긍정적인 연설이 주로 진행되었다는 점은 주목할 만하다. 이후 1월에는 본격적으로 백신에 대한 논의가 진행되었는데 이와 관련하여 긍정적인 연설이 증가한 것으로 나타났다.

3차 확산시기의 부정적인 연설을 보면 방역, 일상, 어려움, 불평등 등의 단어가 두드러지는 것을 확인할 수 있으며 코로나19로 인해 발생한 피해와 관련하여 부정적인 연설이 진행되었음을 알 수 있었다(〈그림 12〉참조). 긍정적인 연설의 경우, 경제, 회복, 백신, 세계, 지원 등의 단어가 두드러졌는데 경제 회복 및 백신 등장과 관련된 연설이 진행되었음을 확인할 수 있었다.

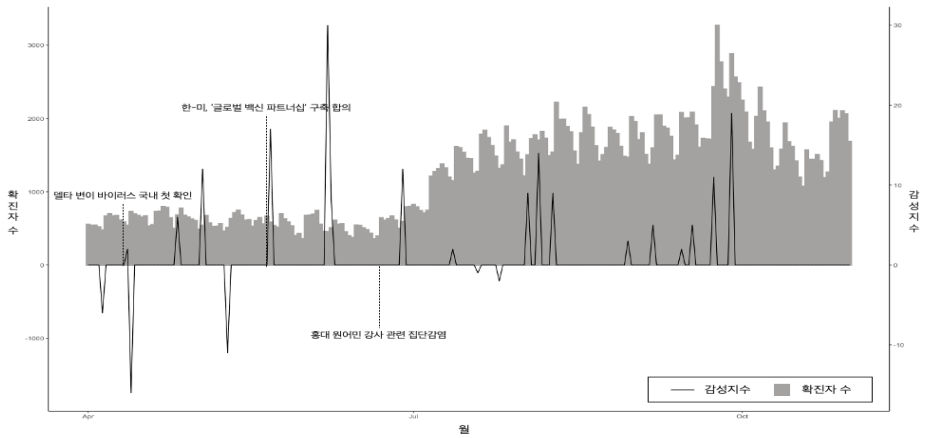
마지막으로 4차(2021년 04월 01일부터 2021년 10월 31일까지)확산에서는 긍정이 18건(12.0%)을 차지하여 전반적으로 긍정적 내용이 주를 이룬 것을 확인할 수 있었다(〈표8〉참조). 먼저, 국내 델타 변이 바이러스가 확인된 후, 부정적 연설이 진행된 것을 확인할 수 있었으며 시간이 지날수록 긍정적인 연설이 진행되었다(〈그림13〉참조). 특히, 8월부터 일일 평균 약 1809명이 확진 되었음에도 불구하고 부정적인 연설이 진행되지 않았다.

4차 확산 시기의 부정 연설에서는 주로 경제, 일자리, 회복 등의 키워드가 두드러지게 나타났으



〈그림 11〉 3차 확산 시기 확진자 수에 따른 감성 변화

〈그림 12〉 3 차 확산 시기 긍 · 부정 연설에 나타난 워드클라우드



〈그림 13〉 4 차 확산 시기 확진자 수에 따른 감성 변화

〈그림 14〉 4 차 확산 시기 긍 · 부정 연설에 나타난 워드클라우드

며 긍정적인 연설에서는 백신, 글로벌, 접종 등의 키워드가 주로 나타났다 (〈그림 14〉참조). 4차 확산에서는 주로 긍정적인 연설이 진행되었는데 백신이 주된 내용임을 파악할 수 있으며 부정적인 연설의 경우, 경제와 관련된 내용임을 확인할 수 있다.

결론 및 논의

코로나19 라는 국가적 위기상황에서 대통령의 위기관리 능력과 대국민 커뮤니케이션은 위기를 빠르게 극복하는 핵심요인이 될 수 있다. 이에 본 연구는 코로나 19 관련 대통령 연설문에 나타난 위기 커뮤니케이션을 토픽모델링 분석을 통해 살펴보았다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫 번째 연구 문제에서는 코로나19 확산 시기별 대통령 연설문에 나타난 주요 토픽은 무엇이며 어떤 변화를 보이는 지 살펴보았다. 1차 확산에서는 '일상생활 지속', '대구 · 경북 · 신천지 중심의 확산', '경제 위기'라는 토픽이 도출되었다. 실제 1차 확산 초기에 대통령은 연설문을 통해 " 과도한 불안감 떨쳐내고 일상활동, 특히 경제활동, 소비활동을 활발하게 해 주는 것이 근본적인 대책"이라는 메시지를 전달했으며 거리두기 단계도 시행 전으로 국민들은 일상생활을 하고 있었다(〈표 1〉참조). 이후 얼마 지나지 않아 신천지 중심의 국내 집단감염이 확산되어 신천지는 1차 대유행 확산의 주범으로 큰 질타를 받았다(이종원, 2021). 하지만 '일상생활 지속' 토픽이 코로나19 초반에 도출되고, 일상생활을 장려한 대통령의 메시지가 연설문과 언론상에 보도된 것은 대통령의 위기상황 인식이 과학적 근거를 토대로 이뤄지지 않았음을 엿볼 수 있는 대목이다. 더욱 중요한 점은, 이 시기에 여론의 관심은 엄격한 출입국 관리에 집중되어 있었다는 것이다. 76만명이 청와대 청원에 참여하는 등 사회적으로 큰 이슈가 되었음에도 불구하고, 중국 출입국 규제 관련 내용은 연설문 토픽에 전혀 나타나지 않아 대통령의 의제에서 제외된 것으로 나타났다. 중국과 인접한 지리적 위치에서도 중국인 입국 규제를 조속히 진행해 확진자 수를 성공적으로 감소시킨 대만과 싱가포르와 명확한 차이를 보이는 부분이다 (윤수정 · 허상우, 2020). 감염학 분야의 권위자로 알려진 고려대 김우주 교수를 비롯 의료계 전문가들도 중국 입국규제를 하지 않을 경우 자국민이 위험에 처할 수 있고 외국인 감염자들의 도피처가 될 수 있다고 주장했음에도 불구하고 (전효진, 2020), 2020년 02월 28일 여야 4당 대표 회동에서 대통령은 "중국인 입국을 전면 금지할 경우 우리나라가 다른 나라의 입국 금지 대상국이 될 수 있다"고 답하면서 출입국 규제와 관련하여 부정적인 자세를 보였다. 이에 우한발 입국자 외엔 1단계 봉쇄 조치를 전혀 하지 않았고 전문가들은 이러한 초동대응의 실패를 정부 위기대응의 가장 큰 문제점으로 지적하며 "창문 열어놓고 모기 잡는 형국"이라고 비판하기도 했다(박동균, 2020).

위기상황 시 대통령 연설문에 포함되는 의제는 외교, 국익 등 장기적인 국가이익의 관점을 고려하여 결정해야 하지만(신현기, 2014), 이와 동시에 조속한 국가 위기 극복을 위해 국민의 지지와 호응을 유도하고 설득해야 할 필요성이 분명히 존재한다. 대통령은 국민의 화합과 지지를 얻고 신속한 위기 극복을 위해 대통령의 의제와 함께 여론의 의제를 고려한 연설을 진행해야 할 필요가 있다고 판단된다. 한편, 위기상황이라는 특수상황에서 대통령의 지지율은 여론의제가 연설에 반영되지 않을 경우, 대통령의 지지율이 하락할 것이라고 했던 선행연구(가상준 · 노규형, 2010)와는 다른 양상을 보였다 (〈그림 1〉참조). 이는 국가적 위기상황이 발생할 경우, 대통령의 지지율이 급상승되는 '결집효과(rally around the flag)'가 나타난 것으로 보인다 (Eichenberg et al. 2006; Erikson and Tedin 1995; Hetherington and Nelson 2003; Kernell, 1978; Kriner and Schwartz, 2009; Mueller, 1970; Norrander and Wilcox, 1993).

다음으로 2차 확산시기를 보면 '수도권 중심의 확산', 'K방역의 우수성', '고용 안전망 강화' 토픽이 추출되었다. 2차 확산에서는 확진자 수가 증가함에 따라 '수도권 중심의 확산' 토픽이 함께 증가하였으며 'K방역의 우수성'과 '고용 안전망 강화' 토픽은 확진자 수가 증가함에 따라 감소하는 양상을 보여 상황에 적절한 토픽들이 도출되었음을 알 수 있었다. 한편, 3차 확산 시기에서는 '경제 지원 및 회복', '방역 수칙 준수', '고용 안정 지원' 토픽이 추출되었다. 이 시기는 11월 동부구치소 관련 집단감염이 발생하면서(〈표 1〉참조) 확진자 수가 급증하는 양상을 보였는데 방역수칙 관련 토픽은 지속적으로 감소하는 반면, 경제관련 토픽은 증가하는 흥미로운 양상을 보였다. 또한 1차 확산 시기 거리두기 단계 시행 전, 약 5000명 이상의 관련 확진자가 발생한 신천지 관련 집단감염과 비교해 보면, 이 당시 대통령이 직접 '신천지'를 언급하며 상황의 엄중함을 전달했고 강제수사까지 진행되었던 것과 달리(노지민, 2020), 거리두기 2단계 시행 중 발발한 동부구치소 집단감염에서 확진자가 약 1000명 이상 발생했음에도 불구하고, 이와 관련된 언급은 나타나지 않고 있어, 방역의 정치화라는 언론과 여론의 비판(하사헌, 2021)을 피하기 힘들 것으로 보인다. 11월부터 하루에 약 400명 이상이 확진되고 3차 대유행이 본격화되었음을 감안할 때, 방역수칙 준수 토픽이 줄어드는 것은 다소 이해하기 어려운 부분이다. 특히, 3차 확산의 경우, 시간이 지날수록 대통령의 지지율이 하락하고 있는데(〈그림1〉참조) 대통령 지지도의 일시적 상승을 야기할 수 있는 경제 상황에 대한 전망을 전달해(전용주, 2006), 대통령의 하락한 지지율을 상승시키고자 '경제 지원 및 회복' 관련 토픽을 주로 전달한 것이 아닌가 풀이된다.

이러한 경제 관련 토픽이 증가하는 양상은 4차 확산 시기에도 이어졌다. 4차 확산에서는 '델타변이 중심의 확산', '백신 공급을 위한 글로벌 파트너십', '경제 회복' 토픽이 추출되었는데 4차 확산 또

한 하루에 평균적으로 약 1000명 이상의 확진자가 발생하고 있음에도 '델타변이 중심의 확산' 토픽은 이와 반대로 감소하는 양상을 보이고 있었으며 '경제 회복' 토픽이 계속해서 증가했다. 특히, 4차 확산 시기는 다른 시기와 비교할 때, 대통령의 지지도가 처음으로 20%대에 진입하는 등 매우 낮은 양상을 보이고 있다(〈그림 1〉 참조). 이에 대통령은 하락한 지지율을 끌어올리고자 '위드코로나'에 대한 논의를 활발하게 전개하며 경제 회복과 관련된 메시지를 많이 전달한 것으로 풀이된다. 대통령의 지지도는 "필연적 하락의 법칙"에 지배받아 대부분 임기 말로 갈수록 하락하는 추세를 보이는데(문우진, 2012), 경제 상황에 대한 전망은 대통령 지지도의 일시적 상승을 야기할 수 있기 때문이다(전용주, 2006). 2021년 4월 문재인 대통령의 지지율이 취임 이후 처음으로 20%대까지 하락했는데(〈그림 1참조〉), 여론조사에 의하면 부동산 정책과 코로나 19 방역이 부정 평가에 영향을 준 것이라는 분석이 나왔다(한국갤럽, 2021.04). 실제 한국갤럽이 조사한 지지율 자료를 살펴본 결과, 대통령 지지율이 처음으로 20% 대에 진입한 4월 4째주부터 7월까지의 평균 지지율은 33.9%였는데 '경제 회복' 토픽이 증가한 8월부터 10월까지의 평균 지지율은 41.3%로 약 8% 이상 증가하여 경제와 관련된 연설이 지지율에 영향을 준 것으로 파악된다. 결국 대통령은 확진자 수가 계속해서 증가하고 있음에도 경제와 관련된 의제를 강조하였으며 위기 커뮤니케이션을 통해 방역에 집중하기 보다 자신의 정치적 지지도와 입지를 견고히 하는 데에 연설문을 활용한 것이 아닌가 추측해 볼 수 있다.

추가적으로 토픽분석의 결과를 효율적 위기 커뮤니케이션의 요소를 제안하는 IDEA모델을 기반으로 살펴본 결과, 대통령 연설문에서는 주로 위기에 대한 관련성을 높여주는 '내재화'와 위기상황에서 어떠한 대응을 하고 있는지를 알리는 '설명' 요소가 두드러지게 나타나는 것으로 분석됐다. IDEA 모델에서는 구체적으로 실행 가능한 행동 대처를 제공하여 수용자의 자기효능감을 높이는 것이 위기 메시지에서 특히 중요하다고 강조하고 있는데(Frisby, Sellnow, Lane, Veil, & Sellnow, 2013) 1차 확산의 일일 평균 확진자 수는 약 116명, 2차 확산은 약 81명, 3차 확산 약 432명, 4차 확진자 수 약 1227명으로 지속적으로 증가 추세를 보이는데 반해, 연설문의 토픽은 주로 경제 회복에 집중되어 있고 행동 조치에 대한 메시지는 전무한 것으로 나타났다. 또한 IDEA모델에 따르면 위기의 심각성이나 위기상황에서 발생한 사건에 대한 정보를 설명하고 전달할 것을 제시하고 있는 반면, 대통령의 연설문에는 정부와 대통령의 성과나 정책을 자랑하는 설명으로 제한되어 사용되고 있었다. 이러한 결과는 대통령이 코로나19 상황에서 위기대응을 최우선으로 삼기보다 정부의 책임을 줄이고 성과를 자랑하는 데 급급했다는 지적(김용석, 2021)과도 일맥상통하는 부분이다. 요약하면, 대통령은 위기상황에서 위기상황에 대한 설명과'행동조치' 요소를 개선하여 국민이 취해야 할 보호조치에 대

해 보다 구체적으로 전달해야 할 필요가 있다고 보인다.

두 번째 연구 문제는 대통령 연설문에 나타난 감성변화 양상에 관한 것이다. 먼저, 1차 확산과 2차 확산에서 대통령의 연설은 확진자 수가 증가함에 따라 부정적인 연설이 증가하는 양상을 보였다.

한편, 3차 확산부터는 확진자 수나 특정 사건에 관계없이 긍정적인 연설이 증가하는 양상을 보였다. 3차 확산시기에 정부는 백신 확보 문제로 많은 비판을 받은 바 있으며(남정호, 2020) 이에 대통령은 "백신 수급에는 문제가 없다"며 백신 확보 문제를 일축했다. 3차 확산시기에 긍정 연설로 '백신', '접종'과 관련된 키워드가 나타난 것을 보아(〈그림 12〉참조) 대통령은 백신 확보 문제를 의식하여 이와 관련된 긍정적인 연설을 진행한 것으로 보인다. 또한 4차 확산도 긍정적인 연설이 이어졌는데 하루 평균 약 1000명 이상의 확진자가 발생하고 있음에도 긍정적인 연설이 주를 이룬 것은 4차 확산에 최저점을 기록한(〈그림 1〉참조) 대통령 지지율을 상승시키고자 8월부터 '위드코로나'에 대한 논의를 전개하며 긍정적 반응인 연설을 진행한 것으로 파악된다.

감성분석 결과는 코로나19가 확산된 1차 확산 초반을 제외하면 긍정적인 연설이 압도적으로 많은 비율을 보이고 있었으며 "코로나 이전 수준을 회복하여 가장 빠른 경제 반등을 이루게 될 것입니다", "우리는 온전히 일상을 회복하고 빠르고 강한 경제회복으로 새로운 시대의 선도국가로 도약할 것입니다", "경기회복의 훈풍이 불고 있는 것은 분명합니다"등 주로 경제와 관련된 긍정적인 내용을 전달하고 있었다. 이에 언론에서도 지속적으로 대통령의 자화자찬과 낙관에 대하여 부정적인 반응을 보였으나(강덕구,2021) 연설문에 나타난 대통령의 의제는 이를 반영하지 않은 것으로 보인다.

본 연구는 효과적인 위기 메시지 요소를 제시하는 IDEA모델을 통해 대통령의 연설문을 분석하고 주로 나타나는 요소들이 무엇인지 살펴보았다는 점에서 의미가 있다. 또한 토픽모델링과 감성분석을 통해 위기상황에서 한 국가의 통수권자인 대통령이 중시하는 의제가 무엇이며, 어떻게 달라졌는지, 어떠한 감정을 통해 전달했는지 밝힘으로써 위기 커뮤니케이션에 있어 상황에 맞는 메시지 전달의 중요성을 다시금 강조하였다. 본 논문은 연구결과를 토대로 향후 국가적 위기상황에서 대통령의 효율적인 위기 커뮤니케이션을 위한 가이드라인을 제시했다는 데에 그 의의가 있지만 몇 가지 한계점을 가진다.

첫째, 본 연구는 코로나19 상황의 일부만을 다루고 있다. 국내 첫 확진자 발생시점부터 현재(2021.10.31)까지의 상황을 다루었지만 코로나19는 현재도 진행 중인 상황이다. 따라서 후속 연구에서 코로나19의 전 시기를 포함하여 보강 연구가 진행된다면 감염병 위기상황에서 대통령의 위기 커뮤니케이션에 대한 보다 종합적인 함의를 얻을 수 있을 것이다. 둘째, 1차~4차 확산시기에 해당하는 코로나 관련 모든 연설문을 포함했으나, 연설문

의 수가 비교적 적어 토픽 추출에 한계가 있을 수 있다. 텍스트 마이닝에 있어 텍스트 샘플의 절대적인 기준은 없지만 텍스트 수가 많을수록 보다 다양하고 상세한 토픽을 추출할 수 있다. 따라서 코로나19의 종식 이후, 코로나19기간 동안 행해진 대통령의 연설을 전체적으로 분석한다면 토픽들의 변화를 종합적으로 살펴볼 수 있을 것이다. 또한 분석 대상을 대통령 연설문에 국한하지 않고 정부의 메시지와 언론을 함께 분석하여 더 종합적인 그림을 볼 수 있는 후속연구가 필요할 것이다.

참고문헌

가상준, 노규형 (2010). 지지율로 본 노무현 대통령의 임기 5 년. *한국정당학회보, 9*(2), 61~86.

강덕구 (2021. 9). 부동산도 방역도 'K-자화자찬'…대통령님, 20대는 거북합니다. *중앙일보*. https://www.joongang.co.kr/article/25003210#home

김남규, 이동훈, 최호창 (2017). 텍스트 분석 기술 및 활용 동향. *한국통신학회논문지, 42*(2), 471~492.

김성국, 이태휘 (2020). 텍스트마이닝을 이용한 한국 대통령의 해양관에 관한 연구. *한국항만경제학회지, 36*(3), 39~53.

김성진, 김종근 (2010). 기업의 사회적 책임이 기업 이미지에 미치는 영향: 차원별 파급효과와 메시지 유형을 중심으로. *Asia Marketing Journal, 11*(4), 49~67.

김수정 (2020). 한국 문화정책에서의 문화 개념에 관한 연구: Word2Vec 을 이용한 대통령 연설문 분석을 중심으로. *문화와 사회, 28*(1), 283~336.

김영수 (2021). 팬데믹과 과학의 정치화: 레이건의 에이즈 사례를 통해 본 트럼프의 코로나 19 대응 리더십과 실패. *평화연구, 29*(2), 39~70.

김영욱, 이하나, 김혜인, 문현지 (2018). 미세먼지 대응 행동 촉진을 위한 메시지 구성 전략 탐색: 심리적 거리감의 조절효과 및 불안 감정의 매개효과를 중심으로. *한국언론정보학보, 92*, 7~44.

김용석 (2021. 8). [오늘과 내일/김용석]국민들 속 모르는 코로나19 방역 성과 자랑. *동아일보*. https://www.donga.com/news/Opinion/article/all/20210820/108644449/1

김혁 (2014). 대통령의 리더십과 정책의제설정양태에 대한 연구: 역대 대통령들의 주요 연설문에 대한 내용분석을 중심으로. *한국정치연구(Journal of Korean Politics), 23*(2), 77~102.

김호진 (1992). *한국정치체제론*. 서울: 박영사.

김희정, 김영은, 이민규 (2012). 대선 후보들의 정치 연설에 대한 수용자의 호감도 및 투표의도 행위 연구: 대통령 출마선언 스피치 분석을 중심으로. *한국스피치커뮤니케이션학회 학술대회 자료집*, 79~79.

남정호 (2020. 12). 늦장 백신 확보의 전말. *중앙일보*. https://www.joongang.co.kr/article/23940002#home

노지민 (2020. 3). 추미애, 방역당국 우려에도 신천지 강제수사 '강경'. *미디어오늘*. http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=205587

노형남 (2014). 워드 클라우드에 의한 환대 경영 전략. *관광연구, 29*(4), 335~353.

문우진 (2012). 대통령 지지도의 필연적 하락의 법칙: 누가 왜 대통령에 대한 지지를 바꾸는가? *한국정치학회보, 46*(1), 175~201.

박상민, 나철원, 최민성, 이다희, 온병원 (2018). Bi-LSTM 기반의 한국어 감성사전 구축 방안. *지능정보연구, 24*(4), 219~240.

박상현 (2015). 국가재난위기 상황에서의 대통령 커뮤니케이션과 공중 댓글에 대한 언어 네트워크 분석-세월호 사고와 청와대 페이스북을 중심으로. *동서언론, 37*, 43~73.

박석원 (2011). *위기 상황에서 대통령 연설문에 나타난 수사학 연구*. 석사학위논문, 중앙대학교 신문방송대학원, 서울.

박정원, 유광민 (2020). 대통령 연설문을 통한 규제개혁 정책 경향에 관한 탐색적 연구-텍스트 마이닝과 토픽모델링의 활용. *한국정책학회보, 29*(4), 87~119.

박준형, 유호선, 김태영, 한희정, 오효정 (2017). 대통령 연설기록 내용분석을 통한 역대 대통령의 중심가치 연구. *한국기록관리학회지, 17*(2), 57~78.

박춘우 (2015). 정부의 위기 대응에 관한 연구: 위기 커뮤니케이션 대응 전략을 중심으로. *국방연구 (안보문제연구소), 58*(4), 63~90.

백영순 (2014). 역대 대통령 연설문에 나타난 위기 커뮤니케이션 비교연구: 쿰스의 '상황적 위기 커뮤니케이션 이론'을 중심으로. *대통령기록물 우수연구논문, 4*, 86~111.

설동훈, 고재훈, 유승환 (2018). 한국사회학회와 사회학연구, 1964-2017년: 한국사회학회 발표 논문의 연구분야별 내용분석. *한국사회학, 52*(1), 153~213.

신현기 (2014). 여론과 대통령의 반응성: 박근혜 대통령의 집권 1 년차를 대상으로. *한국사회와 행정연구, 24*(4), 209~232.

윤수정, 허상우 (2020. 4. 4). 중국 입국금지 효과…대만 340명 · 싱가포르 1050명 감염 그쳐. *조선일보*. https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2020/04/04/2020040400110.html

이상휘 (2013). *위기상황 시 대통령 연설문에 나타난 이미지 회복 전략: 노무현과 이명박 대통령을 중심으로*. 박사학위논문, 성균관대학교 신문방송학과 언론매체전공.

이종원 (2021). 혐오에서 공감과 환대에로-코로나 19 시대의 공감과 환대. *기독교사회윤리*, (49), 105~138.

이진희, 박민숙, 이상원 (2021). 수도권 지역 코로나바이러스감염증-19 발생 시기별 감염경로 다이나믹스. *보건사회연구, 41*(2), 7~26.

이창길 (2010). 정권 초기의 가치지향과 정책우선순위: 참여정부와 이명박정부의 언어네트워크 비교분석. *한국행정학보, 44*(3), 165~189.

전용주 (2006). 대통령 지지도 변화요인에 대한 연구: 한국의 대통령 지지율 변화를 설명하기 위한 이론적 모형의 탐색적 구축. *21세기정치학회보, 16*(1), 67~90.

전효진 (2020. 3). 김우주 전 감염학회장 "입국 금지 안 하는 한국, 외국인 감염자 도피처 될 수도". *조선일보*. https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/03/27/2020032704199.html

정찬권 (2010). 정치지도자의 국가위기관리 리더십에 관한 연구-김영삼, 김대중, 노무현을 중심으로. *국가위기관리학회보, 2*(1), 82~103.

최창식, 임영호 (2021). 대통령 관련 보도의 감성 분석과 정파성의 지형: 신문별 감성지수의 차이, 일관성, 대통령 지지도와의 관계를 중심으로. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 65*(1), 35~70.

하사헌 (2021. 1). 野 "정치 방역으로 신뢰 잃어…K방역 마취에서 깨어나야". *매일경제*. https://www.mk.co.kr/news/politics/view/2021/01/6255/

BBC. (2021. 10. 4). *보우소나루: 코로나 대응에 분노…대통령 탄핵 시위 확산*. https://www.bbc.com/korean/international-58781269

Adu Gyamfi, P., & Amankwah, A. S. (2021). Effective communication during a global health crisis: A content analysis of presidential addresses on the COVID-19 pandemic in Ghana. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research, 4*(2), 193~219.

Anthony, K. E., Sellnow, T. L., & Millner, A. G. (2013). Message convergence as a message-centered approach to analyzing and improving risk communication. *Journal of Applied Communication Research, 41*(4), 346~364.

Benoit, W. L., & Henson, J. R. (2009). President Bush's image repair discourse on Hurricane Katrina. *Public Relations Review, 35*(1), 40~46.

Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research, 3*, 993~1022.

BLOOMBERG. (2020. 4). *Election win for South Korea's Moon could revive goal to reshape economy*. https://www.japantimes.co.jp/news/2020/04/14/asia-pacific/politics-diplomacy-asia-pacific/election-south-korea-moon-jae-in-economy/

Brunken, B. L. (2006). *Hurricane Katrina: A content analysis of media framing, attribute agenda setting, and tone of government response*. Master's Thesis. Louisiana State University.

Burni, A., & Tamaki, E. (2021). Populist communication during the Covid-19 pandemic: The case of Brazi's President Bolsonaro. *Partecipazione e Conflitto, 14*(1), 113~131.

Chakraborty, G., Pagolu, M., & Garla, S. (2014). *Text mining and analysis: Practical methods, examples, and case studies using SAS*. SAS Institute.

Choi, Y., & Lin, Y. H. (2009a). Consumer response to crisis: Exploring the concept of involvement in Mattel product recalls. *Public Relations Review, 35*(1), 18~22.

Choi, Y., & Lin, Y. H. (2009b). Consumer responses to Mattel product recalls posted on online bulletin boards: Exploring two types of emotion. *Journal of Public Relations Research, 21*(2), 198~207.

Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2005). An exploratory study of stakeholder emotions: Affect and crises. In *The effect of affect in organizational settings*. Emerald Group Publishing Limited.

Dilai, M., Onukevych, Y., & Dilay, I. (2018). Sentiment analysis of the US and Ukrainian presidential speeches. *Computational Linguistics and Intelligent Systems*, (2), 60~70.

Edward III, G. C., & Barrett, A. (2000). Presidential agenda setting in congress. In J. R. Bond & R. Fleisher (Eds.), *Polarized politics: Congress and the President in a Partisan Era* (pp. 109~133). Washington, DC: CQ Press.

Eichenberg, R. C., Stoll, R. J., & Lebo, M. (2006). The approval ratings of George W. Bush. *Journal of Conflict Resolution, 50*(6), 783~808.

Eshbaugh-Soha, M. (2010a). How policy conditions the impact of presidential speeches on legislative success. *Social Science Quarterly, 91*(2), 415~435.

Eshbaugh-Soha, M. (2010b). The politics of presidential speeches. *Congress & the Presidency, 37*(1), 1~21.

Fredrickson, B. L., Tugade, M. M., Waugh, C. E., & Larkin, G. R. (2003). What good are positive emotions in crisis? A prospective study of resilience and emotions following the terrorist attacks on the United States on September 11th, 2001. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*(2), 365~376.

George, J. M. (2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. *Human Relations, 53*(8), 1027~1055.

Hatcher, W. (2020). A failure of political communication not a failure of bureaucracy: The danger of presidential misinformation during the COVID-19 pandemic. *The American Review of Public Administration, 50*(6-7), 614~620.

Henard, D. H. (2002). Negative publicity: What companies need to know about public reactions. *Public Relations Quarterly, 47*(4), 8.

Hetherington, M. J., & Nelson, M. (2003). Anatomy of a rally effect: George Bush and the war on terrorism. *PS: Political Science & Politics, 36*(1), 37~42.

Holmqvist, J. (2018). *Playing the Trump Card: A qualitative rhetorical analysis of President Trump's crisis communication on Hurricane Maria*.

Jin, X. (2021). Understanding social-mediated disaster and risk communication with topic model. In R. Djalante & R. Shaw (Eds.), *Integrated research on disaster risks* (Chapter 19). Nature Switzerland AG: Springer.

Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2012). Toward a publics-driven, emotion-based conceptualization in crisis communication: Unearthing dominant emotions in multi-staged testing of the integrated crisis mapping (ICM) model. *Journal of Public Relations Research, 24*(3), 266~298.

Johns Hopkins Coronavirus Resource Center COVID-19 Dashboard. https://coronavirus.jhu.edu/map.htm

Kriner, D., & Schwartz, L. (2009). Partisan dynamics and the volatility of presidential approval. *British Journal of Political Science, 39*, 609~631.

Lee, J. H., Lee, J. H., & Lee, J. M. (2018). A study on perception on golf apparel using big data analysis. *Korean Journal of Sports Science, 27*(6), 403~417.

Light, P. C.(1999). *The president's agenda: Domestic policy choice from Kennedy to Clinton*. The Johns Hopkins Univ. Pres. 차재훈 (역). *대통령학*. 한울.

Liu, B. (2012). Sentiment analysis and opinion mining. *Synthesis Lectures on Human Language Technologies, 5*(1), 1~167.

Liu, B. F. (2007). President Bush's major post-Katrina speeches: Enhancing image repair discourse theory applied to the public sector. *Public Relations Review, 33*(1), 40~48.

Liu, D., & Lei, L. (2018). The appeal to political sentiment: An analysis of Donald Trump's and Hillary Clinton's speech themes and discourse strategies in the 2016 US presidential election. *Discourse, Context & Media, 25*, 143~152.

Maheswaran, D., & Meyers-Levy, J. (1990). The influence of message framing and issue involvement. *Journal of Marketing Research, 27*, 361~367.

Meneses, L. (2021). *Identifying relevant topics in Ecuadorian presidential speeches from 2007–2020*.

Miranda, J. P. P., & Bringula, R. P. (2021). Exploring Philippine Presidents' speeches: A sentiment analysis and topic modeling approach. *Cogent Social Sciences, 7*(1), 1932030.

Mueller, J. E. (1970). President popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review, 64*(1), 18~34.

Mugunga, A., & Napakol, A. (2020). Using the IDEA model to analyze messages used in Hepatitis B vaccination in Uganda. *Proceedings of the 2020 ICRCC*.

Neustadt, R. (1990). *Presidential power and the modern presidents*. New York: Free Press.

Norrander, B., & Wilcox, C. (1993). Rallying around the flag and partisan change: The case of the Persian Gulf War. *Political Research Quarterly, 46*(4), 759~770.

Park, S., Chung, D., & Park, H. W. (2019). Analytical framework for evaluating digital diplomacy using network analysis and topic modeling: Comparing South Korea and Japan. *Information Processing & Management, 56*(4), 1468~1483.

Peake, J. S., & Eshbaugh-Soha, M. (2008). The agenda-setting impact of major presidential TV addresses. *Political Communication, 25*(2), 113~137.

Rydeen, C. (2018). *Sentiment of the union: Analyzing tone in presidential state of the union addresses*. Master's Thesis. University of Mississippi.

Salazar, S., & Sellnow, D. D. (2021). When the pandemic impacts the most vulnerable: Analyzing crisis and

risk messages aimed at latinx individuals about COVID-19. *Proceedings of the 2021 ICRCC*.

Schmiedel, T., Müller, O., & vom Brocke, J. (2019). Topic modeling as a strategy of inquiry in organizational research: A tutorial with an application example on organizational culture. *Organizational Research Methods, 22*(4), 941~968.

Sellnow, D. D., Iverson, J., & Sellnow, T. L. (2017). The evolution of the operational earthquake forecasting community of practice: The L'Aquila communication crisis as a triggering event for organizational renewal. *Journal of Applied Communication Research, 45*(2), 121~139.

Sellnow, D. D., Johansson, B., Sellnow, T. L., & Vigso, O. (2016). Communicating across continental divides: An empirical examination of the utility of the IDEA model for navigating (late) modernity's "new normal" in global crisis communication. In *European Communication Research and Education Association Conference*. Prague, Czech Republic: November.

Sellnow, D. D., Lane, D. R., Sellnow, T. L., & Littlefield, R. S. (2017). The IDEA model as a best practice for effective instructional risk and crisis communication. *Communication Studies, 68*(5), 552~567.

Sellnow, T., & Sellnow, D. D. (2013, July). The role of instructional risk messages in communicating about food safety. In *Food insight: Current topics in food safety and nutrition* (p. 3). International Food Information Council.

Sellnow-Richmond, D., George, A., & Sellnow, D. (2018). An IDEA model analysis of instructional risk communication messages in the time of Ebola. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*.

Tedin, K. L., & Erikson, R. S. (1995). *American public opinion: Iis contents*. Origins and Impact.

Vemprala, N., Bhatt, P., Valecha, R., & Rao, H. R. (2021). Emotions during the COVID-19 crisis: A health versus economy analysis of public responses. *American Behavioral Scientist*, 00027642211050901.

You, M. (2020). *Four months of COVID-19 from the perspective of crisis psychology and social risk awareness*. Retrieved July 16, 2020.

투고일 : 2021년12월31일/ 수정일 : 2022년03월17일/ 게재확정일 : 2022년04월12일

Abstract

President's Crisis Communication during Covid 19: Focusing on Topic Modeling and Sentiment Analysis

Yoonhyeung Choi
Professor of Advertising &Public Relations Hanyang University
Nahyun Gwon
M. A. Student, Dept. of AD & PR, Hanyang University

With an aim to find out the leader's crisis management communication in a national crisis situation, this study analyzed the presidential speech concerning COVID-19 by employing structural topic modeling and sentiment analysis. The results showed that , during the 1st time frame (20.01.19-20.04.20) and the 2nd time frame(20.04.21-20.09.28), topics related to the spread of infectious diseases were derived and negative sentiment increased. However, from the 3rd time frame (20.09.29-21.03.31), changes in topics and sentiment did not occur according to the number of confirmed cases and specific events. Rather, positive emotions were found to be dominant in the 3rd time frame. Economic topics appeared more frequently than infection related topics during the 3rd and the 4th time frame(21.04.01-21.10.31). Despite an unceasing surge in coronavirus cases throughout the nation, the president's speech was found to be limited to economic recovery and support accompanied with positive sentiment as opposed to informing the risk or to asking for protective actions. Additionally, based on the IDEA model, we examined the president's speech to see whether the president utilized effective crisis communications. We found that the president mainly used "internalization" and "explanation". Theoretical and practical implications are discussed.

keywords: Crisis communication, Presidential speech, IDEA model, Topic modeling, Sentiment analysis