

뉴스 빅데이터 토픽 모델링 분석을 통한
코로나19 이후 관광 이슈 변화 연구
－ 관광객체와 관광매체를 중심으로*

박 수 정(제1저자)

한국표준협회 (위원)

이화여자대학교 빅데이터분석학협동과정 (석사)

민 대 기(교신저자)

이화여자대학교 경영학부 (교수)

A Study on Changes in Tourism Issues After COVID-19
Through News Big Data Topic Modeling Analysis
－ Tourism Objects and Tourism Media Perspectives

Park, Soo Jeong(First Author)

Korean Standards Association (Researcher)

Graduate School of Big Data Analysis, Ewha Womans University (Master)

Min, Daiki(Corresponding Author)

College of Business Administration, Ewha Womans University (Professor)

* 본고는 박수정의 2023년도 석사학위 논문 「뉴스 빅데이터 토픽 모델링 분석을 통한 코로나 19 이후 관광 이슈 변화 연구 : 관광객체와 관광매체를 중심으로」의 일부를 발췌하여 재작성한 것임

Abstract

The purpose of this study is to find what type of discourse the tourism industry is forming while changing in the post-COVID-19 era in terms of tourism objects and media. To achieve this purpose, we conducted the topic modeling analysis on tourism-related news data for two distinct periods of pandemic crisis based on the government-led social distancing level. The analysis reveals the emergence of characterization of regional tourism and local government-led extension of tourism infrastructure in both periods from a tourism objects perspective. From the tourism media aspect, co-operations among actors such as government and industries have been appeared. These findings on tourism objects and media have evolved in more various ways as we move toward the endemic era. In addition, there has been long or short-term changes in the role of government and transposition as tourism political and spatial media, respectively.

Keywords : COVID19, Post-COVID19, Tourism policy, Regional tourism, Smart tourism

접수일(2023년 10월 18일), 수정일(1차 : 2023년 11월 10일, 2차 : 11월 13일), 게재확정일(2023년 11월 13일)

I. 서론

1.1 연구 배경 및 필요성

최근 전 세계적으로 유행한 코로나19 대유행으로 인해 국내 관광 산업은 막대한 영향을 받았다. 코로나19 이전인 2019년과 비교하여 2020년 국외 출국객은 85.1% 감소하였고, 국내 입국객 역시 85.6% 감소했다. 이에 더해 2021년에는 출국객이 2020년 대비 71.4% 감소하였으며, 입국객은 61.6% 감소했다(한국문화관광연구원, 2021). 또한 2020년 1/4분기에는 대한항공과 아시아나항공을 비롯하여 제주항공, 진에어, 티웨이항공, 에어부산 등 6개 국내 항공사가 모두 적자를 기록하며 도합 4,203억원의 영업손실을 냈고, 여행업계 역시 주요 상장 여행사들이 대부분 사상 최대 적자를 기록하거나 적자로 전환하며 코로나19의 직격탄을 맞았다.(한국경제, 2020) 관광업계는

이처럼 양적으로 관광객 수와 관광 수입에서 큰 변화를 보였지만, 질적인 측면에서도 관광객들의 관광 습관과 욕구가 크게 변화하는 모습을 보였으며(안필균 등, 2020), 여행의 이동 패턴과 방식 역시, 안전하고 가까운 지역을 선호하는 ‘근거리 여행’의 유행과 비대면 방식을 활용한 디지털 투어나 가상 여행 체험 증가 등 이전과는 확연히 달라진 모습을 보였다(윤정섭, 2020).

2022년 4월, 한국 정부는 코로나19의 국내 확산 후 계속 유지해오던 사회적 거리두기를 전면 해제했다. 본격적으로 포스트 코로나 시기에 진입하면서 관광업계는 다시 성장하고 있다. 입국객과 출국객은 모두 2022년 1월 대비 2023년 3월에 10배 가까이 증가했다(한국문화관광연구원, 2023). 여행업계는 업계 상위 여행사들이 2023년 1/4분기 흑자 전환에 성공하며 회복세를 보이고 있다(여행신문, 2023). 이러한 상황에서 관광업계는 다시 새로운 대응 전략이 필요해졌다. 각 행동주체들이 적합한 전략을 수립하기 위해서는, 관광의 구성요소로 분류되는 관광주체, 관광객체, 관광매체의 각 차원에서 분석이 필요하다. 관광은 이 세 요소들이 상호 의존관계를 통하여 발생하는 하나의 체계이며, 이러한 체계는 각 요소들을 둘러싼 환경과 밀접한 상호작용 관계에 있기 때문이다(김미경, 2023). 그러나 각 구성요소의 행동을 분석한 기존 연구는 관광주체(관광객)에 초점을 맞추어 미시적으로 분석한 경우가 대부분이다. 또한 코로나19와 관광이라는 주제는 시의성이 있는 만큼 여러 연구가 이루어지고 있으나, 엔데믹을 맞은 관광업계의 변화에 대한 연구는 충분히 이루어지지 않았다. 즉, 코로나19 종식이라는 환경 변화에 따른 관광 구성요소별 행동변화 양상을 거시적 관점에서 분석하는 연구가 필요한 시점이다.

이러한 거시적 분석에는 빅데이터 분석이 유용할 것으로 판단된다. 여러 분석기법 중에서도, 텍스트 데이터를 활용한 토픽 모델링 분석은 방대하고 복잡한 텍스트 데이터를 요약하고 축소하여 간결화하고 그 속에서 핵심 토픽을 추출해 주요 주제들을 파악할 수 있게 해준다는 측면에서 유용하다(김남정, 2021). 여러 형태의 텍스트 데이터 중 온라인 리뷰나 블로그 등 SNS 데이터를 활용하여 관광주체(관광객)의 관점에서 만족도나 선택 영향 요인 등을 분석한 연구는 최근 많이 등장하고 있다. 그러나 관광객체(관광지, 관광자원)와 관광매체(관광산업, 정책 등) 차원에서 사회적 이슈 형성과 행동변화를 파악하기 위해서는 다양한 행동주체들의 다양한 목소리가 한데 모인 담론의 집합체라고 할 수 있는 뉴스 데이터를 활용하는 것이 유용할 것이다(김태종, 2019). 뉴스데이터는 데이터를 대량으로 수집할 수 있으며 다른 비정형 빅데이터에 비해 언어적 품질이 상대적으로 균질하여 분석이 용이하다(Huang et al., 2014). 이런 장점을 활용한 여러 연구가 시도되고 있으나, 뉴스 빅데이터를 활용하여 관광업계 담론 변화를 코로나19 진행 양상과 연관 지어 비교 분석한 연구는 전무하다.

1.2 연구 목적 및 의의

본 연구에서는 관광객체와 관광매체의 엔데믹 대응전략을 알아보기 위해 코로나19 대유행 시기부터 그 종식을 앞둔 현재까지의 뉴스 빅데이터를 수집하여, 해당 시기에 각 차원에서 어떠한 이슈와 담론의 변화를 보이고 있는지 토픽 모델링 기법을 통해 핵심 이슈를 파악·분석해 보고자 한다. 관광주체에 편향된 기존 연구는 주로 설문조사 등의 방법을 활용하여 표본 제약이 있는 경우가 많고, 텍스트 분석을 적용한 경우에도 온라인 리뷰나 SNS 데이터를 활용하여 관광객의 입장에서 만족도, 구매의도, 행동요인, 행태 및 인식을 분석한 연구가 대부분이었다. 본 연구는 거시적 관점에서 뉴스 빅데이터를 활용하여 사회적 이슈와 논의의 변화 양상을 연구하고자 한다. 여기에 분석의 시의성을 더하기 위해 정부의 사회적 거리두기 적용 단계를 기준으로 대상 시기를 코로나 대유행 시기와 포스트 코로나 시기로 구분하여 각 구성요소의 변화 양상을 비교하고자 한다. 이를 위해 LDA 토픽 모델링 분석 기법을 활용하여 각 시기별 핵심 토픽을 추출하고 그 의미와 시사점을 분석한다. 그리고 이를 통해 관광업계에 대한 학술적·실천적 의의를 도출해 내며 코로나19 종식 후 관광 업계의 변화를 예측한다. 이러한 분석은 향후 또 다른 팬데믹을 대비한 상시 대응 체계 마련의 참고자료로도 활용될 수 있을 것이다.

II. 문헌 연구

2.1 관광의 구성요소

관광의 구성요소는 관점마다 차이가 있으나, 고전적으로 크게 세 가지로 정의된다. 관광주체, 관광객체, 관광매체가 그것이다. 관광주체는 관광객으로서, 관광의욕과 동기를 가지며 관광의 수요자, 소비자로서 시장을 형성한다. 관광객체는 관광객에게 관광의욕을 유발시키며 동기를 충족시킬 수 있는 관광지 또는 관광자원으로, 관광의 대상이 된다. 관광매체는 관광주체와 관광객체를 결합시키는 역할을 하여 관광현상을 성립시키는 요소로서, ①공간적 매체인 도로·교통시설, ②시간적 매체인 숙박·휴식시설, ③기능적 매체인 여행알선·관광접대·관광안내·관광선전, 그리고 ④정책적 매체인 제도·법규·정책 등으로 세분화된다(김선희, 2001). 본 연구에서는 기본적으로 이러한 분석의 틀을 따르며, 관광상품 및 자연자원이나 생활, 민속, 행사, 축제, 사적, 문화재, 정원, 향토음식 등의 인문자원을 관광객체 중 관광자원으로 분류하고(김정현, 2014), 항만, 공항 등의 기반시설(하부시설)과 관광자원에 건설된 여행시설 및 레크리에이션

시설(상부시설)은 관광객체 중 관광시설로 분류하며, 여행업, 관광숙박업, 관광안내업, 관광시설업 등으로 구성되는 관광기업은 관광의 기능적 매체로, 정부 및 지자체의 관광행정은 관광정책과 함께 관광의 정책적 매체로 분류하고자 한다(김미경, 2023). 종합적으로 본 연구에 적용할 관광의 구성요소 분류체계를 요약하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 관광의 구성요소 분류체계 재구성

대분류	중분류	소분류
관광주체		관광객
관광객체	관광자원	자연자원(관광지, 유적지 등), 인문자원(생활, 민속, 행사, 축제, 사적, 문화재, 정원, 향토음식 등), 인적/비인적 무형자원
	관광상품	여행상품, 항공상품 등
	관광시설	하부시설(항만, 공항, 주차장 등), 상부시설(여행/관람을 위한 시설, 체육시설, 레크리에이션시설 등), 운수시설 중 관광의 대상이 되는 일부 시설(크루즈, 케이블카 등)
관광매체	시간적 매체	숙박시설, 휴식시설, 관광편의시설 등
	공간적 매체	교통시설, 도로, 운수시설(운송을 목적으로 하는 경우)
	기능적 매체	관광기업(여행업, 관광숙박업, 관광안내업, 관광시설업, 관광기념품판매업) 관광정보 및 선전물 등 ※ 관광을 구성하는 경우의 쇼핑몰, 면세점 등 포함
	정책적 매체	관광정책(관련 제도, 법규, 정책), 중앙정부 및 지자체의 관광행정 ※ 관광업에 대한 금전적 지원 포함

기존 관광 구성요소 관점의 연구는 관광주체인 관광객의 만족도, 행태, 행동요인 등에 관한 연구 비중이 상대적으로 높다. 선주현(2016)은 방한 외래관광객의 숙박이용 행태를 파악하기 위해 설문조사 데이터를 활용하여 국적별 관광객의 니즈를 분석한 바 있으며, 안여정(2017)은 관광객이 지각한 젠트리피케이션 관광지의 도시관광요소 만족도가 관광객의 관광행동의도 및 지출금액에 미치는 영향을 분석하기도 했다. 오석윤 등(2009)은 생태관광지 개발에 대한 관광객 인식과 관광 유형 간의 관계를 분석하는 연구에서, 관광객의 인식에 따라 선호되는 관광 유형이 달라짐을 제안하였다.

관광주체와 관광객체의 관계를 규명하고자 하는 연구도 수행되었다. 김선희(2012)는 전남 관광지를 방문한 관광객에 대한 설문조사를 통해 관광객 만족과 충성도를 높이기 위한 관광지의 이미지 요인을 찾고자 하였고, 이엔과 정기은(2016)은 한국관광지 매력속성에 따른 베트남인 패키지관광객의 만족도와 행동의도 간의 관계를 분석하여 관광주체의 만족도 제고를 위한 관광객체의 매력 요인 향상 방안을 제시하였다. 또한, 최창희(2011)는 관광지의 속성이 관광객의 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 연구를 수행하면서 관광객 만족도 제고를 위한 관광지의 중요 속성을 정의

하고자 하였고, 신혜진(2017)은 남이섬을 방문한 관광객들을 대상으로 관광객의 감각 요인이 관광지 정체성에 미치는 영향과, 그렇게 형성된 관광지 정체성이 관광객 태도 및 만족도, 행동의도에까지 미치는 영향을 분석하였다. 이완구 등(2020)은 관광시설인 공항의 서비스 품질이 관광객의 인식과 행동에 미치는 영향을 조사하기도 하였다.

관광주체와 관광매체의 관계에 대한 연구도 진행되었다. 김민영(2009)은 교통수단의 제약에 대한 관광객의 대응행동을 알아보기 위해 제주도의 대중교통을 이용한 관광객의 통행 특성을 분석하고자 하였다. 또한 김성혁 등(2007)은 기능적 매체인 여행사 웹사이트에 대한 신뢰형성이 관광주체의 여행상품 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행한 바 있으며, 박현지(2022)는 역시 기능적 매체인 숙박 애플리케이션에 대한 관광객의 수용동기, 신뢰, 사용의도 간의 관계를 분석하고자 하였다.

관광매체 중 정책적 매체 차원의 분석도 있었다. 김남조(2017)는 정부 차원에서 국내관광 활성화를 위한 관광객 유출 및 유인정책, 홍보정책 등에 대해 제언하였고, 김송이와 김윤영(2019)은 지자체를 주 분석대상으로 하여 지자체의 각종 관광정보안내 노력이 관광자원에 대한 관광만족도에 직접적 영향을 미친다고 결론내림으로써, 정책적 매체로서 지자체의 역할이 관광경험에 정(+)의 영향을 가짐을 시사하였다.

기존의 연구들은 주로 관광주체를 분석대상으로 하며 대부분 설문조사를 통해 이루어져 표본의 한계를 지닌다. 또한 특정 사례나 지역 등으로 분석범위를 한정하고 있어 큰 흐름을 보기에는 부족함이 있다. 관광객체와 관광매체의 관점에서 환경요인에 대응해 행동하는 양상에 대한 거시적 연구가 필요하다.

2.2 코로나19와 관광

관광 업계와 코로나19에 관한 연구는 코로나19 확산 이후 꾸준히 이루어지고 있다. McKay 등(2020)은 코로나19 확산에 따른 위험은 개인의 정신건강에 영향을 미치며, 심리적 위험요인으로 작용함을 밝혔으며, 같은 맥락에서 관광주체의 코로나19 위험 지각과 코로나 스트레스가 관광 행동과 의도에도 부정적인 영향을 미치고 있음을 밝혀낸 연구도 다수 수행되었다(김수남, 2020; 지영근, 2022; 서리라, 2021).

코로나19 이후 관광 행태 변화에 대한 연구도 수행되었다. 김정서(2021)는 코로나19의 위험지각이 스마트관광에 대한 인식, 태도, 및 행동의도에 유의한 영향관계를 지님을 증명하였고, 이정은(2022)은 코로나19라는 특수한 환경에서 지각된 가치가 만족도와 충성도에 미치는 영향 관계를 분석하고 트렌드 변화요인인 안전 관광, 비대면 관광, 소규모 관광이 지각된 가치와 만족도 및 충성도 관계에서 일부 유의한 조절효과를 지님을 검증하였으며, 이규남(2021)은 제주도 공공데이터를 활용하여 코로나

시대 여행 행태의 변화를 분석하기도 하였다. 또한 고민환과 박윤미(2022)는 텍스트 마이닝을 활용하여 포스트 코로나 시대의 미래관광 형태를 ‘랜선투어’라는 키워드를 중심으로 예측하기도 하였다. 또 관광객의 관광공간 행동을 분석한 박득희와 윤선미(2023)의 연구에서는 코로나19 이전에 비해 이후에 더욱 다양한 관광 공간을 이용하는 행동과 더욱 개방적인 관광 공간의 역할의 중요성이 나타난다고 결론 내렸고, 성윤아(2022)의 연구에서는 ‘가상관광’을 키워드로 코로나19 전후 트렌드를 분석한 결과 코로나19 이전부터 ‘체험’과 ‘기술’ 기반의 ‘가상관광’이 주목받고 있었다는 점, 그 포커스가 코로나19 이전 ‘콘텐츠의 다양성 확보’에서 이후 ‘지역 경제의 회복을 위한 사업’으로 바뀌었다는 점, 그리고 ‘온라인’ 기반의 ‘상호작용’이 가능한 ‘가상현실’, ‘확장현실’ 등의 정보통신기술 의존성이 커졌음을 시사하였다.

관광 정책적 차원의 연구로는 강우원(2022)이 포스트 코로나 시대 지방정부의 지역관광개발정책 우선순위 분석을 수행하였는데, 거시환경의 변화에 따라 관광정책 및 개발은 과거 중앙정부가 주도하는 방식에서 선사업 추진-후정부 지원 방식으로 전환될 것이라고 예상하면서, 지방정부의 역할과 기능은 중앙정부에 비해 그 비중이 점차 높아질 것임을 시사하였다. 또 백방림(2021)은 중국과 한국을 비교하며 과거의 문헌연구를 통해 코로나 시대의 관광산업 진흥정책에 대해 제언하기도 하였다.

위와 같이 선행연구에서는 코로나19로 인한 관광주체의 행동 변화 분석이 큰 비중을 차지하며, 관광매체 관련 연구도 일부 수행되었으나 문헌연구와 패널조사에 그치는 등 연구 방법의 제약을 지니고 있다. 현상에 대한 종합적인 통찰뿐 아니라 향후 또 다른 팬데믹을 대비하기 위해서도 더 폭넓은 데이터를 바탕으로 거시적인 관점에서 관광객체 및 관광매체의 행동과 형성되는 담론의 변화를 파악하는 연구가 충분히 이루어지는 것이 필요할 것이다.

2.3 관광 분야 토픽 모델링 분석

텍스트 데이터 분석 기법 중 토픽 모델링 기법은 텍스트 내 키워드들의 빈도를 통계적으로 분석함으로써 텍스트 전체를 대표하는 잠재적 주제인 ‘토픽’을 도출하는 분석 방법이다(황명화, 2014). 토픽 모델링 분석은 문서 내 키워드의 종류와 빈도에 근거하여 출현확률을 산출하여 문서 집합을 생성할 개연성이 가장 큰 키워드 확률 분포와 문서별 토픽 분포를 추론해 낸다. 만약 어떤 문서 집합에 특정 담론이 영향력을 갖게 되면, 그 영향력 하에 작성된 문서에는 특정 키워드들과 그것들의 특정한 조합이 자주 출현하게 된다. 그러면 토픽 모델링 분석은 해당 대상을 지칭하는 키워드들에 높은 확률을 부여한 키워드 확률 분포를 추출한다. 그리고 연구자는 추출된 키워

드를 근거로 해당 토픽과 그 안에 존재하는 담론을 역추적할 수 있는 것이다(조원광, 2018). Blei et al(2003)은 토픽 모델링의 기초 개념을 제시하면서, Latent Dirichlet Allocation(LDA)을 통해 복잡한 문서 데이터를 효과적으로 분석할 방법을 제안하였고, 이후 Newman과 Block(2006)은 18세기 미국 신문 데이터에서 LDA를 적용하여 신문의 다양한 주제를 자동으로 추출하여 18세기 미국 신문에 다루어진 다양한 주제와 토픽들을 파악함으로써 신문의 콘텐츠와 트렌드를 분석하였다. 이 연구들은 확률적 토픽 분해 기법의 활용 가능성과 신문 데이터의 토픽 분석에 대한 접근법을 제시하고 있다. 국내에서는 김혜영(2015), 김남정(2021) 등이 복합 주제의 문서 분류에 있어서 토픽 모델링 기법의 효율성을 밝힌 바 있다.

관광 분야에서도 토픽 모델링을 활용한 연구는 최근 많이 수행되고 있다. 온라인 리뷰나 SNS 데이터도 많이 활용되고 있지만, 관광객체(관광지, 관광자원)와 관광매체(관광산업, 정책) 관점의 분석을 위해서는 해당 구성요소의 행위자인 정부나 지자체, 기업, 인프라 등이 주 보도대상이 되는 뉴스데이터가 적합할 것이다.

뉴스데이터에 대한 토픽 모델링 분석의 유용성은 여러 연구에서 입증되었다. 김용진과 손용훈(2018)은, “토픽 모델링 기법은 내포된 정보가 많아서 일반적인 클러스터링 유형화 분석으로는 다룰 수 없는 데이터를 분석에 활용할 수 있는 부분에서 중요성이 커지고 있다”며, 뉴스데이터 텍스트 분석을 통해 농촌지역 활성화를 위한 사업을 유형화하고 그 특징을 해석하고자 하였다. 임명수와 김남규(2016)는 뉴스데이터에서 기간별 주요 토픽을 추출하고 그 흐름도를 통해 토픽의 동적 변이과정을 파악하였다. 시기를 구분하여 토픽 비교 분석을 시도한 것이다. 토픽 모델링 분석 기법이 시기별 비교에도 유효하다는 것은 뉴스데이터를 중심으로 코로나19로 인한 보안 이슈에 관한 연구를 수행한 서예령(2021)에 의해서도 재입증되었다. 김태종(2020)도 뉴스데이터를 대상으로 토픽 모델링을 활용하여 코로나19 관련 언론보도 현상을 분석하면서, 언론이 감염병과 관련하여 어떤 의제를 설정하여 어떻게 보도하는지 객관적인 데이터를 바탕으로 분석하는 연구가 필요함을 피력하였다. 국외에서도 중국 뉴스데이터를 활용하여 사생활 이슈를 분석한 Ma(2021), 코로나19 관련 뉴스를 대상으로 토픽 모델링과 감성 분석을 실시한 Ghasiya와 Okamura(2021), 독일 부동산 뉴스를 분석하여 부동산 트렌드의 변동을 분석한 Ploessl et al(2021)의 연구들이 분석 대상으로서 뉴스데이터의 가치를 시사하고 있다.

관광 분야에서도 박수경과 이봉규(2019)가 공유숙박업의 이슈 분석을 위해 해당 기법을 활용하였으며, 송혜민과 김홍범(2022)은 동 기법을 활용해 코로나19 관련 관광이슈 및 정부 정책 분석을 실시하였다. 그러나 코로나19 현상에 따라 뉴스데이터에 나타난 관광객체와 관광매체의 변화 양상을 분석하는 연구는 아직 수행된 바 없다.

III. 연구 방법

3.1 연구문제

본 연구에서는 코로나 시기와 포스트 코로나 시기, 관광 객체와 매체의 행동 양상에 유의미한 변화가 있었을 것이라는 가정 하에, 두 요소 차원에서 형성되는 사회적 이슈와 담론의 변화 양상을 분석한다. 이를 위해 관광 객체는 관광지와 관광자원으로, 관광 매체는 공간적 매체(도로·교통시설, 비대면 공간 등), 시간적 매체(숙박·휴식시설), 기능적 매체(여행업체 등 관광산업의 공급자), 그리고 정책적 매체(제도, 법규, 정책 등)로 세분화하여 주요 키워드를 분류한다. 또한 분석대상 시기로는 코로나19 대유행 이후를 정부의 사회적 거리두기 적용 단계를 기준으로 1기와 2기로 나누어 대유행 시기와 소강 시기를 비교한다. 이를 위해 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 1기(사회적 거리두기 2.5단계 최초 시행 이후(2020.12.8.~2022.4.17.)) 관광 관련 뉴스 빅데이터에 나타난 주요 키워드와 토픽은 무엇이며, 관광객체와 관광매체의 행동은 어떻게 나타나는가?

둘째, 2기(사회적 거리두기 전면 해제 이후(2022.4.18.~2023.3.31.)) 관광 관련 뉴스 빅데이터에 나타난 주요 키워드와 토픽은 무엇이며, 관광객체와 관광매체의 행동은 어떻게 나타나는가?

셋째, 1기와 2기를 비교하여, 각 시기에 관광 관련 뉴스 빅데이터에 나타난 주요 키워드 및 토픽의 공통점과 차이점은 무엇이며, 관광객체와 관광매체의 행동은 어떻게 변화하는가?

3.2 연구절차

본 연구는 <표 2>과 같은 절차로 진행되었다. 첫째, 데이터 수집 단계에서는 한국 언론진흥재단에서 운영하는 뉴스 빅데이터 시스템 빅카인즈(BIGKinds)를 활용하여 54개 언론매체를 대상으로 2020년 12월 8일부터 2023년 3월 31일까지를 1기와 2기로 구분하여 '관광'관련 뉴스 데이터를 수집하였다. 빅카인즈 시스템을 활용하여 데이터 전처리와 형태소 분석 작업을 수행 후 제공된 엑셀파일에서 중복/예외 기사를 제거하여 1기에 11,592건, 2기에 9,534건의 뉴스를 수집하였다.

둘째, 데이터 정제 단계에서는 주제 및 분석 의도와 무관한 데이터를 삭제하고 텍스트 분석대상이 아닌 데이터들도 제외하는 등 토픽 추출에 활용할 데이터셋을 정제했다. 단순한 인사, 부고, 포토뉴스 등의 단신, 연예 프로그램 관련, 범죄 관련 기사

등의 데이터가 제외되었다. 최종적으로 1기 8,546건, 2기 7,090건으로 분석 데이터셋이 정제되었다. 그리고 데이터셋 검토를 통해 본 분석에 활용할 정의어, 제외어, 유사어 사전 초안을 작성하였다.

셋째, 키워드 정제 단계에서는 사전 초안을 적용하여 TF-IDF 분석을 활용한 빈도 분석을 실시한 후 적절한 수준의 TF-IDF 값을 0.5 수준으로 설정하고, 결과를 바탕으로 최종 분석에 활용할 사전 업데이트를 실시하였다.

넷째, 데이터 분석 단계에서는 업데이트된 사전을 적용하고 넷마이너(NetMiner) 프로그램을 활용해 토픽 모델링 분석을 실시하였다. 실루엣계수 비교를 통해 최적의 토픽 수를 각 시기별 5개로 결정하고, 추출된 키워드를 행렬로 생성하여 LDA 분석 및 시각화를 실시하였으며, 특히 넷마이너 토픽 모델링 플러그인으로 LDA 기법을 적용한 자동 토픽분석을 실시하였다. 그리고 토픽별 시계열 분석, 비중 분석 등을 실시하고 분석 결과를 시기별로 비교하여 종합적으로 해석하고자 하였다.

<표 2> 연구 진행 절차

1단계 데이터 수집	2단계 데이터 정제	3단계 키워드 정제	4단계 데이터 분석
- 뉴스 데이터 수집 - 데이터 전처리 (형태소 추출)	- 주제 및 분석 의도와 무관한 데이터 삭제 - 사전 초안 작성	- 빈도분석(TF-IDF) - 사전 업데이트	- 최적 토픽 수 결정 및 LDA 분석 통해 주요 토픽 추출 - 시계열 분석, 토픽 비중 분석 등 실시 - 결과 해석 및 논의

IV. 연구결과 및 분석

4.1 제1기 토픽 분석 결과

제1기 뉴스데이터를 대상으로 토픽 모델링을 통해 분석한 결과, 최적 토픽 수 5개로 토픽이 도출되었다. 토픽별 뉴스 보도 비중은 <그림 1>과 같이, [토픽 5] 26.57%(2,271건), [토픽 2] 23.87%(2,040건), [토픽 1] 23.53%(2,011건), [토픽 3] 14.32%(1,224건), [토픽 4] 11.7%(1,000건) 순으로 나타났으며, 전체 대상기간을 약 29일 주기로 구분한 기간별 시계열 변화는 <그림 2>와 같이 나타났다.

<그림 1> 제1기 토픽별 빈도 및 비중



<그림 2> 제1기 토픽별 시계열 변화



4.1.1 [토픽 1] 비대면 시대의 지역 관광 특성화 전략

제1기 [토픽 1] 관련 주요 키워드는 ‘마을, 축제, 역사, 투어, 농촌, 예술, 영상, 테마, 자연, 힐링’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련된 뉴스는 <표 3>과 같이 나타났다으며, 주요 키워드들이 뉴스 내에서 사용된 의미와 맥락을 종합적으로 검토하여, 토픽명을 ‘비대면 시대의 지역 관광 특성화 전략’으로 정의했다. [토픽 1] 관련 보도 건수는 2,011건으로 전체의 23.53%에 해당되며, 5개의 토픽 중 3순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 감소하는 추세($y = -0.2206x$)를 보였다.

제1기 [토픽 1]은 비대면 시대에 발생한 변화에 주목하고, 지역 관광을 특성화하는 전략을 탐구하는 토픽으로, 이는 해당 시기 지역 관광산업에 대한 시사점을 제시한다. 관광 구성요소의 관점에서는 관광객체 관련 토픽에 해당하며, 지역 경제 침체로 이어지는 관광업계의 위기를 타개하기 위해 기존 오프라인 위주의 관광상품에서 온라인을 접목한 방식을 도입하여 비대면으로도 즐길 수 있는 관광자원과 상품을 개발하려는 노력이 각 지역에서 공통적으로 나타났음을 알 수 있다.

<표 3> 제1기 [토픽 1] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	마을	0.014	청양군 '마을민속제 관광' 콘텐츠화 추진 (중부매일, 2021.3.29.)	0.923
2	축제	0.007	경기도, 내년 도내 관광축제 단계별 유연한 대응 비대면 방식 병행 (중도일보, 2020.12.22)	0.726
3	역사	0.006	익산시, 백제왕도 역사여행 비대면 관광마케팅 활성화 나서 (전북도민일보, 2021.9.13.)	0.975
4	투어	0.006	충북관광50선 스탬프트어 운영 (충북일보, 2021.6.20.)	0.935
5	농촌	0.005	침체된 제주 농촌관광, 마을특색 상품으로 활력 모색 (한라일보, 2021.9.27.)	0.817
6	예술	0.005	광주관광재단, 지역 여행업계 대상 예술여행 팸투어 (전남일보, 2021.4.4.)	0.929
7	영상	0.005	서울관광특구상품권 발행에 노라조 홍보영상까지 서울시, 관광특구 살리기 총력 (헤럴드경제, 2021.5.13.)	0.913
8	테마	0.004	"테마여행10선이 우리집에 들어왔다" 문체부 관광개발원, 온라인 여행상품 출시 (아주경제, 2021.1.19.)	0.703
9	자연	0.004	자연 자원 활용 '생태관광' 활성화 방안 찾는다 (충청일보, 2022.4.12.)	0.932
10	힐링	0.004	"챌린지투어 참여하세요" 대구 경북 '비대면 힐링 관광 인기' (경향신문, 2021.8.20.)	0.907

4.1.2 [토픽 2] '스마트 관광' 활성화를 위한 정부-기업 간 협력

제1기 [토픽 2] 관련 주요 키워드는 '기업, 스마트, 협약, 플랫폼, 정책, 문화체육관광부, 데이터, 마케팅, 한국관광공사, 전략' 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련된 뉴스는 <표 4>와 같이 나타났으며, 토픽명은 "스마트 관광" 활성화를 위한 정부-기업 간 협력'으로 정의했다. [토픽 2] 관련 보도 건수는 2,040건으로 전체의 23.87%

에 해당되며, 5개의 토픽 중 2순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 증가하는 추세($y=1.3039x$)를 보였다.

제1기 [토픽 2]를 통해 코로나19가 가속화한 관광 산업의 스마트화라는 흐름을 읽을 수 있다. 스마트 관광의 활성화를 위해 문화체육관광부·관광공사 등 관련 부처는 물론이고 지자체 역시 주도권을 잡아, 정부와 기업이 상호 협력을 통해 ‘스마트 관광’이라는 동일한 목적 하에 필요한 정책을 수립하고 성과를 내기 위해 노력하였음을 알 수 있다. 관광 구성요소의 관점에서는 관광매체 중 기능적 매체와 정책적 매체에 관련한 토픽으로 볼 수 있으며, 보도 수가 점차 증가하는 추세를 보인 것에서 이 흐름이 점차 더욱 이슈화되고 있었음을 알 수 있다.

<표 4> 제1기 [토픽 2] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	기업	0.018	문체부, 해외진출 도울 관광 유망기업 27개社 선정 (아시아경제, 2021.6.23.)	0.992
2	스마트	0.012	"팬데믹 극복, 스마트 관광시스템 구축 필요" (영남일보, 2021.6.25.)	0.915
3	협약	0.007	하나투어, 한국관광공사와 국내관광 활성화 위한 업무협약 체결 (매일경제, 2022.4.13.)	0.956
4	플랫폼	0.007	울산시, 플랫폼 기반 스마트관광서비스 개발 (전자신문, 2022.3.10.)	0.762
5	정책	0.006	경기관광공사, 시군 연계협력 지원 지역 넘나드는 관광정책 추진 (중부일보, 2021.11.8.)	0.988
6	문화체육관광부	0.006	문체부 50억 '혁신바우처'로 147개 관광기업 디지털 전환 이끈다 (머니투데이, 2022.3.7.)	0.990
7	데이터	0.005	제주관광공, 빅데이터 기반 '스마트관광' 구축 나서 (동아일보, 2021.3.5.)	0.802
8	마케팅	0.005	경북도, 관광으로 민생살리기 총력... 파격적 관광마케팅 추진 (중도일보, 2021.3.4.)	0.741
9	한국관광공사	0.005	관광 빅데이터를 배우다 한국관광공사 '한국관광 데이터랩' 지역순회 설명회 (서울경제, 2021.4.16.)	0.981
10	전략	0.005	"변화된 관광지도와 트렌드에서 선제전략 찾아야" (중도일보, 2021.12.9.)	0.919

4.1.3 [토픽 3] '위드코로나' 대비 관광업계 방역안전 및 회복 노력

제1기 [토픽 3] 관련 주요 키워드는 '제주, 서울, 방역, 안전, 회복, 정부, 대책, 점

검, 확산, 위기' 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련 뉴스는 <표 5>와 같이 나타났다으며, 토픽명은 “위드코로나” 대비 관광업계 방역안전 및 회복 노력’으로 정의했다. [토픽 3] 관련 보도 건수는 1,224건으로 전체의 14.32%에 해당되며, 5개의 토픽 중 4순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 감소하는 추세($y = -2.4216x$)를 보였다.

제1기 [토픽 3]은 코로나19 확산 이후 관광 산업에서 방역안전과 경제적 회복을 동시에 고려해야 하는 고민과 노력을 다루고 있다. 코로나19로 인한 거리두기 등 여러 제한의 해제가 가까워짐에 따라 보도 수가 큰 폭으로 감소하여 이 토픽이 팬데믹 시기에 단기적으로 형성된 담론이었음을 추론할 수 있다. 관광 구성요소 관점에서는 정부와 지자체의 관광산업 회복을 위한 대책 등이 주 내용을 이루고 있어 관광매체 중 정책적 매체와 관련된다. 코로나19 사태와 같은 팬데믹 시기에는 위기를 맞은 업계 회복을 위해 정부의 경제적·비경제적 지원과 정책적 개입이 필수적임을 시사하며, 이러한 노력을 뉴스로 공론화하는 것은 기업의 재도약과 함께 관광주체에게도 관광업에 대한 신뢰를 회복하는 한 방안이 될 수 있다.

<표 5> 제1기 [토픽 3] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	제주	0.025	“봄비지 않아서” 코로나19 속 제주 관광 만족도 높았다 (세계일보, 2021.1.22.)	0.969
2	서울	0.01	서울시, '코로나 직격탄' 1500개 관광업체에 15억 현금 지원 (아시아경제, 2021.2.14.)	0.982
3	방역	0.01	충주시, 농촌관광시설 144곳 방역점검 지속 (충청일보, 2021.8.10.)	0.907
4	안전	0.007	전남 농촌관광 휴양시설 안전 방역 강화 (광주매일신문, 2021.6.15.)	0.908
5	회복	0.007	관광 2차추경, 기금 1500억 확보, 여행회복 디지털 방역 지원 중점 (헤럴드경제, 2021.7.1.)	0.806
6	정부	0.006	‘소비쿠폰’ 확대 재개 대면 소비 관광 다시 늘리는 정부 (매일신문, 2021.10.24.)	0.614
7	대책	0.004	강원도, ‘위드 코로나’ 대비 관광 활성화 대책 마련 (KBS, 2021.10.14.)	0.601
8	점검	0.004	경기도, 연말 호텔 테마파크 등 관광분야 방역수칙 특별점검 (경향신문, 2021.12.24.)	0.974
9	확산	0.004	코로나19 확산 우려 내륙 관광지도 방역 비상 (KBS, 2021.7.20.)	0.748
10	위기	0.003	경기도, 관광업체 대상 '코로나19 위기대응	0.932

운영지원금' 지급
(머니투데이, 2022.2.4.)

4.1.4 [토픽 4] 국가간 이동제한 속 무착륙 비행상품 흥행과 트래블버블 전략

제1기 [토픽 4] 관련 주요 키워드는 ‘비행, 백신, 공항, 접종, 운항, 면세점, 해외, 외국인, 쇼핑, 격리’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련된 뉴스는 <표 6>과 같이 나타났으며, 토픽명을 ‘국가간 이동제한 속 무착륙 비행상품 흥행과 트래블버블 전략’으로 정의했다. [토픽 4] 관련 보도 건수는 1,000건으로 전체의 11.7%에 해당되며, 5개의 토픽 중 5순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 감소하는 추세($y = -3.4779x$)를 보였다.

제1기 [토픽 4]는 환경에 적응하기 위한 새로운 관광 상품과 서비스 개발의 성과와 그에 대해 관광객들이 가지는 흥미를 나타내고 있다. 이동 제약으로 인한 관광의 어려움을 극복하기 위해, 면세 쇼핑에 대한 니즈를 타겟팅하여 무착륙 비행이라는 전례 없던 관광상품이 출시되고 흥행한 것은 이 시기에만 볼 수 있는 특이한 이슈라고 할 수 있다. 당연하게도 시계열 변화를 보면 코로나19 사태가 완화되면서 국가 간 이동 제한이 해제됨과 함께 해당 이슈의 빈도는 크게 줄어든다. 관광 구성요소 관점에서는 전반적으로 이동에 관한 관광매체에 관련되는 토픽이지만, 특이한 점은 전통적으로 관광의 공간적 매체인 ‘비행’이라는 교통수단이 그 자체로 관광상품으로서 객체화되었다는 점이다. 이 외에도 이 토픽에서는 이동 제한이라는 환경 하에서 출현한 ‘백신 관광’이라는 방역과 관광을 연계한 초단기적 이슈와 함께 국가 간에 트래블버블을 형성하는 전략 등 정책적 매체 차원의 노력도 관찰되었다.

<표 6> 제1기 [토픽 4] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	비행	0.027	LCC, 무착륙 국제 관광비행 상품 출시 잇따라 (한국경제, 2021.1.17.)	0.996
2	백신	0.017	‘백신 관광’현실로 여행사 상품 출시 (OBS, 2021.4.19.)	0.880
3	공항	0.013	국제선 무착륙 관광비행 출발 도착, 5월엔 전국 공항으로 확대 (한겨레, 2021.4.23.)	0.993
4	접종	0.012	코로나19 백신 접종자 관광 숙박 이용료 할인 하동군 관광업계 협약 (서울신문, 2021.6.7.)	0.598
5	운항	0.01	‘관광비행+면세쇼핑’ 실날 희망...국적사 5개사, 2차 운항 실시 (전자신문, 2021.1.7.)	0.929

6	면세점	0.009	‘무착륙 관광비행’ 6개월간 1만6,000명 이용...면세점서 228억 썼다 (한국일보, 2021.6.14.)	0.988
7	해외	0.008	‘해외→국내’ 무착륙 관광비행 다변화...트래블 버블 선제 추진 (YTN, 2021.3.3.)	0.900
8	외국인	0.006	외국인 서울관광 홍보단 ‘글로벌서울메이트’ 발대식 열고 활동 개시 (헤럴드경제, 2021.3.22.)	0.997
9	쇼핑	0.006	다음달 10일부터 새로운 국제관광비행 국내여행 면세쇼핑 OK (한국경제, 2021.8.15.)	0.997
10	격리	0.004	한-스페인, ‘트래블 버블’ 체결 검토...자가격리 면제 등 관광활성화 (전자신문, 2021.6.16.)	0.813

4.1.5 [토픽 5] 지역별 관광 자원 개발 및 거점 조성 추진

제1기 [토픽 5] 관련 주요 키워드는 ‘공원, 해양, 설치, 공간, 거점, 투입, 환경, 휴양, 인프라, 건립’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련 뉴스는 <표 7>과 같이 나타났다으며, 토픽명을 ‘지역별 관광 자원 개발 및 거점 조성 추진’으로 정의했다. [토픽 5] 관련 보도 건수는 2,271건으로 전체의 26.57%에 해당되며, 5개의 토픽 중 1순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 증가하는 추세($y=1.4706x$)를 보였다.

제1기 [토픽 5]에서 관찰되는 지역별 관광 자원의 개발과 관광 인프라 구축은 지역 경제 발전과 관광 산업의 성장을 위해 중요한 전략이다. 코로나19로 관광이 위축된 시기, 지자체에서는 장기적인 관점에서 지역의 고유한 관광 자원과 자연 환경을 기반으로 한 관광거점 개발과 인프라 구축에 힘쓰고 있었음을 알 수 있다. 관광 구성요소 관점에서는 관광객체와 관련한 토픽이다. 선형 예측 결과 우상향하는 토픽으로, 이러한 행동은 코로나19를 극복하기 위해 꾸준히 이루어졌으며 그에 대한 관심과 중요성도 계속 커지고 있었음을 알 수 있다.

<표 7> 제1기 [토픽 5] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	공원	0.008	“코로나시대 관광, 망우리 역사공원 같은 숨은 명소 어때요” (서울신문, 2020.12.16.)	0.953
2	해양	0.007	군산시 해양 관광 일번지 발돋움 ‘기대’ (전북일보, 2022.3.6.)	0.961

3	설치	0.006	구례군, 오산 관광 케이블카 설치 추진 (광주일보, 2022.3.28.)	0.995
4	공간	0.005	부여군, 백마강 관광거점공간 구축 탄력 (충청일보, 2022.3.28.)	0.819
5	거점	0.004	해남군, 서남권 관광거점 인프라 조성 속도 (광주일보, 2022.3.1.)	0.928
6	투입	0.004	'계룡산 생태관광시설' 본격 착수 354억 전액 국비 투입 (충청일보, 2021.12.22.)	0.990
7	환경	0.004	경기도, 경기바다 관광명소화 추진 서해안 천혜의 자연환경 활용 등 (서울경제, 2021.2.18.)	0.879
8	휴양	0.004	단양군, '사계절 관광휴양시설 개발사업' 조성 박차 (충북일보, 2021.8.16.)	0.833
9	인프라	0.003	'BTS 정거장' 주문진 관광 교통 인프라 확충 (강원도민일보, 2021.7.5.)	0.742
10	건설	0.003	마포구, 한류공연 관광 콤플렉스(가칭) 건설 추진 (헤럴드경제, 2021.4.29.)	0.991

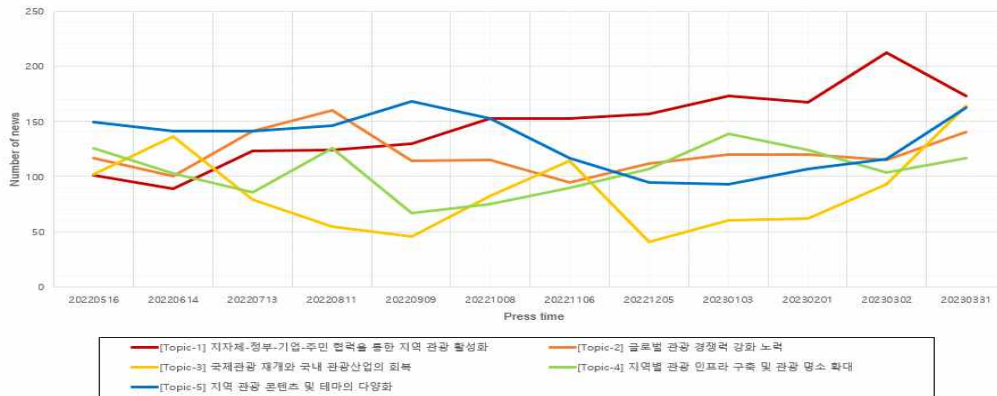
4.2 제2기 토픽 분석 결과

제2기 뉴스데이터를 대상으로 토픽 모델링을 통해 분석한 결과, 최적 토픽 수 5개로 토픽이 도출되었다. 토픽별 뉴스 보도 비중은 <그림 3>과 같이, [토픽 1] 24.75%(1,755건), [토픽 5] 22.4%(1,588건), [토픽 2] 20.44%(1,449건), [토픽 4] 17.83%(1,264건), [토픽 3] 14.58%(1,034건) 순이었으며, 전체 대상기간을 29일 주기로 구분한 기간별 시계열 변화는 <그림 4>와 같이 나타났다.

<그림 3> 제2기 토픽별 빈도 및 비중



<그림 4> 제2기 토픽별 시계열 변화



4.2.1 [토픽 1] 지자체-정부-기업-주민 협력을 통한 지역 관광 활성화

제2기 [토픽 1] 관련 주요 키워드는 ‘해양, 주민, 웰니스, 협약, 기업, 생태, 레저, 지자체, 투자, 미래’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련 뉴스는 <표 8>과 같았으며, 토픽명은 ‘지자체-정부-기업-주민 협력을 통한 지역 관광 활성화’로 정의했다. [토픽 1] 관련 보도 건수는 1,755건으로 전체의 24.75%에 해당되며, 5개의 토픽 중 1순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 증가하는 추세($y=8.8566x$)를 보였다.

제2기 [토픽 1]은 포스트 코로나를 대비하여 지역 관광 활성화에 박차를 가하기 위한 여러 경제 주체들의 협력을 관찰할 수 있는 토픽이다. 이 토픽은 제1기 [토픽 1]과 지역 관광의 활성화라는 목적 측면에서 유사하지만 보다 거시적인 차원이며, 제1기 [토픽 2]에서 협력의 목적이 관광 활성화로, 협력의 주체가 지자체와 주민까지로 더욱 확대되어 나타난 토픽으로도 분석할 수 있다. 관광 구성요소 관점에서는 관광매체와 관련된 토픽으로, 특히 정책적 매체와 기능적 매체의 다양한 결합으로 분석할 수 있다. 이 이슈는 선형 예측 결과 보도 건수가 가파르게 증가하고 있는 것으로 나타난다. 즉, 지역 관광 활성화를 위한 각종 협력과 상호작용의 양상은 엔데믹을 맞이하여 더욱 활발하게 나타날 것으로 예상할 수 있다.

<표 8> 제2기 [토픽 1] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	해양	0.011	해수부-부산시-경남도-전남도, 남해안 해양레저관광 활성화 맞손 (머니투데이, 2023.2.20.)	1.000
2	주민	0.009	‘지역 관광, 주민 손으로’ 일자리 소득 창출 직접 기여 (문화일보, 2022.11.3.)	0.878
3	웰니스	0.006	문체-관광公, 올해의 웰니스 관광도시로 정선 선정 (해럴드경제, 2023.3.6.)	0.897
4	협약	0.006	충남관광재단 출범...대전과 호남 관광네트워크 협약 (대전일보, 2022.4.20.)	0.987
5	기업	0.005	중진공, 'K-기업가정신센터'로 경남지역 관광 활성화 지원 (파이낸셜뉴스, 2022.8.8.)	0.996
6	생태	0.005	보성군, 해양레저 생태 관광 허브 만든다 (아시아경제, 2022.11.9.)	0.978
7	레저	0.005	강원도내 레저문화 발전 위한 데이터기반 관광플랫폼 구축 맞손 (강원일보, 2022.12.07.)	0.717
8	지자체	0.005	관광 환경 산업 ‘낙동강 기적’ 이룩자 6개 기초지자체 ‘낙동강협의체’ 발족 협약 (아시아경제, 2022.10.6.)	0.953
9	투자	0.004	거제시, 관광 분야 1000억 투자해 ‘관광객 천만 시대’ 앞당긴다 (부산일보, 2022.4.18.)	0.632
10	미래	0.004	“국제관광도시 목표 인프라 구축 평창 미래 먹거리 마련” (강원도민일보, 2022.7.12.)	0.856

4.2.2 [토픽 2] 글로벌 관광 경쟁력 노력 강화

제2기 [토픽 2] 관련 주요 키워드는 ‘해외, 글로벌, 플랫폼, 한류, 교류, 영상, 이벤트, 디지털, 협업, 온라인’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련 뉴스는 <표 9>와 같이 나타났으며, 토픽명은 ‘글로벌 관광 경쟁력 노력 강화’로 정의했다.

[토픽 2] 관련 보도 건수는 1,449건으로 전체의 20.44%에 해당되며, 5개의 토픽 중 3순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 거의 균등하나 소폭 증가하는 추세($y=0.0524x$)를 보였다.

<표 9> 제2기 [토픽 2] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	해외	0.006	빛장 열린 국제관광, 해외에 부산 알리기 나선다 (파이낸셜뉴스, 2022.5.17.)	0.943
2	글로벌	0.005	관광공사, 차세대 관광기업 발굴 나선다 '관광 글로벌 챌린지' (아시아경제, 2022.9.28.)	0.947
3	플랫폼	0.005	비대면 관광 쇼핑 플랫폼 '인조이스트리트' 18일 오픈 (머니투데이, 2022.8.16.)	0.863
4	한류	0.004	K팝 드라마 등 6개 테마 한류관광 대표코스 51선 (국민일보, 2023.2.21.)	0.980
5	교류	0.004	전주시, 美 뉴올리언스 등과 재즈 문화 관광 교류 강화 (아시아경제, 2022.5.24.)	0.969
6	영상	0.004	'MY SOUL, SEOUL' 서울 관광 부활 첫 동영상 공개 (헤럴드경제, 2022.6.8.)	0.901
7	이벤트	0.003	경산관광 감성마케팅 SNS 이벤트 진행 (매일신문, 2022.8.9.)	0.981
8	디지털	0.003	관광 스타트업의 디지털 전환, 메가존클라우드-관광공사 협력 (2023.3.22.)	0.976
9	협업	0.003	'위드코로나로 깨어나는 관광산업' 관광벤처 지자체 여행업계 협업 나선다 (아시아경제, 2022.9.19.)	0.935
10	온라인	0.003	남해관광문화재단, 관광사업체 온라인 마케팅 지원 (경남도민일보, 2022.7.28.)	0.637

제2기 [토픽 2]은 다시 글로벌 무대에서 경쟁해야 하는 한국 관광업계의 경쟁력을 강화하기 위해 경제주체별로 여러 노력이 이루어지고 있음을 보여준다. 관광 구성요소의 관점에서는 관광매체에 관련된 토픽으로 분류할 수 있다. 다방면으로 글로벌 관광 산업에서 경쟁력을 확보하기 위한 기능적 매체인 기업들과 정책적 매체인 정부 및 지자체의 방침 등에 관한 내용이 관찰된다. 이 토픽은 시계열 분석 결과 정부의 사회적 거리두기 전면 해제 이후 꾸준한 보도 건수를 유지하고 있어 포스트 코로나 시기 지속적인 이슈로 자리매김하고 있음을 알 수 있다.

4.2.3 [토픽 3] 국제관광 재개와 국내 관광산업의 회복

제2기 [토픽 3] 관련 주요 키워드는 '제주, 일본, 중국, 입국, 재개, 비자, 크루즈, 항공, 회복, 완화' 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련 뉴스는 <표 10>과 같이 나타났으며, 토픽명은 '국제관광 재개와 국내 관광산업의 회복'으로 정의했다. [토픽 3] 관련 보도 건수는 1,034건으로 전체의 14.58%에 해당되며, 5개의 토픽 중 5순위

를 차지했다. 시계열 변화 선형예측 회귀분석 결과 증가 추세($y=0.7622x$)를 보였다.

제2기 [토픽 3]을 통해 코로나19 종식에 따른 경제적인 회복과 국내·외 관광 산업의 정상화를 예상할 수 있다. 관광 구성요소의 관점에서는 관광매체 중 출입국을 관장하는 정책적 매체와 항공, 크루즈선 등 공간적 매체에 주로 해당하는 토픽이다. 시계열 분석 결과, 무비자 여행 재개, 항공 운항 재개 등 굵직한 이슈가 발생할 때마다 보도 건수가 단기적으로 증가했다가 감소하는 추세를 반복하고 있어 앞으로 코로나19의 완전한 종식까지 분기점마다 단계적으로 증감을 반복할 것으로 예상된다.

<표 10> 제2기 [토픽 3] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	제주	0.032	“제주관광 성적 좋네” 관광수입 코로나19 이전 수준 회복 (경향신문, 2022.10.4.)	0.993
2	일본	0.022	한국 사람들, 2년 7개월만에 무비자 일본 관광 (조선일보, 2022.10.10.)	1.000
3	중국	0.015	중국 여행 갈 수 있다 中, 내일부터 관광비자 발급 재개 (중앙일보, 2023.3.14.)	0.999
4	입국	0.015	다음 달 제주공항 무사증 입국 재개, 외국인 관광 활기 기대 (KBS, 2022.5.4.)	0.995
5	재개	0.011	일본 단체관광 재개에...TV홈쇼핑에도 ‘일본 여행’ 상품 등장 (경향신문, 2022.7.8.)	0.999
6	비자	0.011	도쿄 오사카도 "한국행 관광비자 신청하러 오픈런" (파이낸셜뉴스, 2022.6.2.)	0.866
7	크루즈	0.008	24일부터 크루즈선 외국인 여행객 입국 하선 관광 재개 (아주경제, 2022.10.19.)	0.993
8	항공	0.007	대한항공, 7월부터 장거리 관광노선 운항 재개 (헤럴드경제, 2022.6.9.)	0.996
9	회복	0.006	국내관광 코로나 극복했다... 전년대비 2.6배 ↑ 4월부터 회복세 (중도일보, 2022.10.17.)	0.815
10	완화	0.004	일본, 중국발 입국자 방역 완화 검토 관광산업 회복 노립수도 깔렸다 (중앙일보, 2023.2.9.)	0.999

4.2.4 [토픽 4] 지역별 관광 인프라 구축 및 관광 명소 확대

제2기 [토픽 4] 관련 주요 키워드는 ‘공원, 생태, 운행, 환경, 철도, 케이블카, 전망대, 경관, 휴양, 교통’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련된 뉴스는 <표 11>과 같이 나타났으며, 토픽명은 ‘지역별 관광 인프라 구축 및 관광 명소 확대’로 정의했다. [토픽 4] 관련 보도 건수는 1,264건으로 전체의 17.83%에 해당되며, 5개의 토픽 중 4순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 증가하는 추세($y=1.3147x$)를 보였다.

제2기 [토픽 4]을 통해 지역별로 다양한 관광 인프라를 구축하고 관광 명소를 확대하는 노력이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 관광 구성요소 관점에서는 관광객체를 중심으로 한 토픽이다. 제1기의 [토픽 5]와 내용이 매우 유사한데, 시계열 분석상 본 토픽 역시 제1기 [토픽 5]와 비슷한 기울기로 보도 건수가 증가하는 양상을 보인다. 이를 통해 지역별 관광 인프라와 관광 자원에 들이는 노력은 장기적인 관점에서 이루어지고 있으며 엔데믹 이후에도 당분간 지속될 것이라고 예상할 수 있다.

<표 11> 제2기 [토픽 4] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	공원	0.009	임실 옥정호 요산공원 관광 명소화 박차 (전북도민일보, 2022.9.18.)	0.994
2	생태	0.009	태안해안국립공원, 지역마을 연계 ‘생태관광 프로그램’ 성료 (충청일보, 2022.11.6.)	0.757
3	운행	0.004	코레일, 관광전용 열차 운행 재개 ‘국악와인열차’, ‘에코레일열차’ 등 확대 (매일경제, 2022.5.6.)	0.990
4	환경	0.004	괴산군, 천혜의 자연 환경 활용 관광 활성화 (대전일보, 2022.12.5)	0.999
5	철도	0.003	충주시, 관광활성화 위한 철도-대중교통 연계 서비스 (충북일보, 2022.7.19.)	0.997
6	케이블카	0.003	‘1호 케이블카’ 남산서 ‘에비 42호’ 오색까지 ‘관광 효자’ 바라며 전국서 7년새 2배로 급증 (문화일보, 2023.3.8.)	0.718
7	전망대	0.003	대구 ‘앞산 관광명소화사업’ 완료 11월부터 전망대, 능운정 등 개방 (서울경제, 2022.10.31.)	0.732
8	경관	0.003	‘관광도시 영월’ 도심 야간경관 명소 탈바꿈 (강원도민일보, 2022.12.20.)	0.785
9	휴양	0.003	태백시, 11억7800만원투입 함백산 숲길과 연계한 관광휴양목장 조성 추진 (아주경제, 2023.3.9.)	0.979
10	교통	0.003	동해시, 정주여건 개선과 교통 불편 해소를 위해	0.840

			관광과 연계한 안전성 높인 도로망 구축 (아주경제, 2023.3.24.)	
--	--	--	---	--

4.2.5 [토픽 5] 지역 관광 콘텐츠 및 테마의 다양화

제2기 [토픽 5] 관련 주요 키워드는 ‘축제, 마을, 농촌, 야간, 역사, 투어, 예술, 공연, 박람회, 캠핑’ 등으로 도출되었다. 주요 키워드와 관련된 뉴스는 <표 12>와 같이 나타났으며, 토픽명은 ‘지역 관광 콘텐츠 및 테마의 다양화’로 정의했다. [토픽 5] 관련 보도 건수는 1,588건으로 전체의 22.4%에 해당되며, 5개의 토픽 중 2순위를 차지했다. 시계열 변화의 선형예측 회귀분석 결과 감소하는 추세($y = -2.9371x$)를 보였다.

<표 12> 제2기 [토픽 5] 주요 키워드 및 관련 뉴스

구분	주요 키워드		주요 뉴스	
	키워드	출현확률	뉴스 제목 (매체, 보도일자)	출현확률
1	축제	0.013	사백 년 인절미 축제, 대표적인 관광축제로 자리를 잡아 (대전일보, 2023.3.5.)	0.942
2	마을	0.01	경기도, 마을주민이 들려주는 '관광테마골목 마을여행' 실시 (중도일보, 2022.9.14.)	0.996
3	농촌	0.009	거리두기 풀리자 전남 농촌관광 '활기' (한국일보, 2022.4.25.)	0.957
4	야간	0.009	'빛의 도시' 인천 대표 관광지에 야간 관광벨트 조성 (문화일보, 2022.10.13.)	0.995
5	역사	0.007	경주 보문관광단지 역사 담은 '관광역사공원' 들어서 (파이낸셜뉴스, 2022.10.25.)	0.860
6	투어	0.006	김천시, 모바일 스탬프 투어 운영 관광 활성화 기대 (대구일보, 2022.7.20.)	0.994
7	예술	0.005	팽권마을 예술여행센터, '체험 관광' 씨앗 뿌렸다 (아시아경제, 2022.4.27.)	0.992
8	공연	0.004	밀양시 문화관광재단, 공연 체험 관광상품 개발 랩투어 (경남신문, 2023.2.28.)	0.926
9	박람회	0.004	전남, 체류형관광 활성화 총력 캠핑관광 박람회 개최 (국민일보, 2022.8.18.)	0.983
10	캠핑	0.004	밤하늘 쏟아지는 캠핑 세상으로 부산 기장군, 관광 체험 학습 '기장드림캠핑페스티벌' 연다 (아시아경제, 2022.9.13.)	0.759

제2기 [토픽 5]를 통해 지역에서 다양한 관광 콘텐츠와 테마의 개발과 확대가 이루어지고 있음을 알 수 있다. 제1기 [토픽 1]과 연관되는 토픽으로 볼 수 있는데, 제1기 [토픽 1]이 '비대면'이라는 키워드로 관통되는 반면 본 토픽의 경우 대면·비대면에 구애받지 않고 캠핑, 박람회, 오프라인 축제 및 공연과 같이 관객밀집도가 높은 관광

상품 등 더 자유로운 테마들이 많이 나타남을 볼 수 있다. 관광의 구성요소 관점에서는 관광객체에 주로 해당되는 토픽이다. 시계열 분석상 사회적 거리두기 전면 해제 이후 조금씩 등락이 있었으나 최근 다시 보도 건수가 지속 증가하는 양상을 보이고 있어, 엔데믹 이후 지역 관광 콘텐츠의 다양화 움직임은 지속될 것으로 예상된다.

4.3 토픽 모델링 결과 종합 분석

각 시기별로 추출된 토픽을 관광의 구성요소에 따라 <표 13>과 같이 분류하였다. 이를 토대로 관광객체와 관광매체의 변화에 대해 논의하면 다음과 같다.

첫째, 관광객체 차원에서는 크게 두 가지의 이슈가 양 시기에 공통적으로 대두되었다. 제1기 [토픽 1]과 [토픽 5], 제2기 [토픽 4]와 [토픽 5]에 나타난 지역 관광 매력 제고 노력과 지자체 주도의 관광 자원 개발 및 인프라 구축 노력이 그것이다. 지역 관광 콘텐츠 및 마케팅 측면에서 제1기에는 관광의 ‘비대면화’를 전제로 한 관광 특성화 전략들이 주요 토픽으로 꼽힌 반면 제2기에는 ‘대면’ 방식이 회복되며 더욱 다양하게 특성화된 관광 테마와 콘텐츠들이 언급되었다. 또한 지역별 관광 자원 개발 및 인프라 구축에 관한 토픽은 관련 보도 건수가 양 시기 모두 증가하는 양상을 보였으나, 보도 비중은 제1기 26.57%에서 제2기 17.83%로 줄어든 것을 볼 수 있는데, 관광매체 관련으로 분류된 제2기 [토픽 1] ‘지자체-정부-기업-주민 협력을 통한 지역 관광 활성화’와도 내용이 연결되어, 이슈의 초점이 관광자원 개발이라는 ‘객체’ 차원에서 다자간 협력이라는 ‘매체’ 차원으로 일부 옮겨간 것으로도 분석할 수 있다.

둘째, 관광매체 차원 중, 각 매체 간의 협력에 관한 주제가 두 시기 모두 각각 1, 2위로 큰 비중을 차지했다. 제1기 [토픽 2], 제2기 [토픽 1]이 그것이다. 협력이라는 공통적인 키워드가 있으나, 제1기에는 그 범위가 정부와 기업 간으로 한정적인 모습을 보였으며 주로 ‘스마트 관광’이라는 키워드를 중심으로 이슈가 밀집되는 경향이 있었다면, 제2기에 들어 거리두기가 해제되고 코로나19 종식이 가까워지면서 협력의 대상과 범위가 지자체와 정부, 기업과 주민들까지로 확대되고 그 목적과 형태도 다양해졌음을 알 수 있었다.

셋째, 관광매체 중 정책적 매체인 정부의 역할 측면에서 시기별로 차이를 보였다. 제1기에는 [토픽 3]에서 나타나듯 방역 점검을 주도하고 안전 및 코로나19 확산 방지 활동과 함께 지원금을 지급하는 등 업계의 경제적 회복을 지원하는 역할이 큰 축이었다면, 제2기에는 [토픽 2]와 같이 해외관광이 재개되면서 글로벌 경쟁력을 강화하기 위한 각종 방안을 도입·지원하는 역할로 그 축이 변화하는 모습을 보였다.

넷째, 관광매체 차원 중 공간적 매체의 변화도 주목할 만하다. 제1기 [토픽 4]에서 나타나듯이, 이동 제한이라는 장벽 아래 전통적으로 공간적 매체로서 분류되는 항공

이 단기적으로 관광객체화된 것이다. 팬데믹이 한창이던 제1기에 항공 그 자체가 관광객체로 변모하여 무착륙비행 등의 상품이 출시되고 흥행하였으며, 이러한 이슈는 국가 간 이동 규제가 차츰 해소되면서 자연스럽게 사라지게 되었다. 제2기에는 [토픽 3]에서 나타나듯 항공이나 크루즈 등이 전통적인 공간적 매체의 역할로 복귀했다.

위 내용을 요약하여 코로나19 팬데믹 시기와 포스트 코로나 시기로 구분하여 크게 나타나는 관광객체와 관광매체의 특성을 비교하면 <표 14>와 같다.

<표 13> 시기별 관광 특성 비교(본 연구에서 재구성)

구분		제1기 - 코로나19 팬데믹 시기	제2기 - '포스트 코로나'시기
관광 객체	관광 자원	- 국내여행으로 제한 - 지자체 주도의 관광자원 개발 및 명소 확대	- 해외·국내여행 - 지자체 주도 관광자원 개발 지속
	관광 상품	- 비대면·비접촉 관광 - 비대면 방식에 적합한 특성화된 지역 관광상품	- 대면·비대면 관광 - 대규모 행사 회복과 동시에 형태/테마 다양화
	관광 시설	- 관광 인프라 증축 노력	- 관광 인프라 증축 노력
관광 매체	공간적 매체	- 렌터카 등 교통수단 연계 관광상품 - 교통수단 자체의 상품화 (무착륙비행, 무하선크루즈 등)	- 전통적 교통수단 역할 복귀 - 버스노선 확충, 관광 전용 택시 등 관광의 편의성을 고려한 교통망 개선 지속
	기능적 매체 · 정책적 매체	- 방역 안전 및 업계의 경제적 회복에 초점 - 국가 간 이동 제한으로 트래블버블 등장 - '스마트 관광'실현을 위한 상호 협력	- 일상방역 지속 - 국가 간 이동 규제 완화로 국제관광 경쟁력 강화 초점 - 지역관광 활성화 및 업계 정상화를 위한 다양한 협력

<표 14> 시기별 토픽 분류

구분	제1기 - 코로나19 팬데믹 시기 (2020.12.8.~2022.4.17.)		제2기 - '포스트 코로나' 시기 (2022.4.18.~2023.3.31.)	
	토픽명	토픽 비중	토픽명	토픽 비중
관광 객체	[토픽 1] 비대면 시대의 지역 관광 특성화 전략	23.53%	[토픽 5] 지역 관광 콘텐츠 및 테마의 다양화	22.40%
	[토픽 5] 지역별 관광 자원 개발 및 거점 조성 추진	26.57%	[토픽 4] 지역별 관광 인프라 구축 및 관광 명소 확대	17.83%
관광 매체	[토픽 2] '스마트 관광' 활성화를 위한 정부-기업 간 협력	23.87%	[토픽 1] 지자체-정부-기업-주민 협력을 통한 지역 관광 활성화	24.75%
	[토픽 3]	14.32%	[토픽 2]	20.44%

'위드코로나' 대비 관광업계 방역안전 및 회복 노력		글로벌 관광 경쟁력 강화 노력	
[토픽 4] 국가간 이동제한 속 무착륙 비행상품 흥행과 트래블 버블 전략	11.70%	[토픽 3] 국제관광 재개와 국내 관광산업의 회복	14.58%

V. 결 론

본 연구는 관광 관련 뉴스 빅데이터에 대한 토픽 모델링 분석을 실시하여 관광 업계가 포스트 코로나 시기를 맞아 어떠한 이슈와 담론을 형성하며 변화하고 있는지를 관광객체와 관광매체의 관점에서 분석해보고자 하였다.

분석 결과 각 시기별로 5개의 토픽이 추출되었다. 제1기에는 「비대면 시대의 지역 관광 특성화 전략」, 「스마트 관광」 활성화를 위한 정부-기업 간 협력, 「위드코로나」 대비 관광업계 방역안전 및 회복 노력, 「국가 간 이동제한 속 무착륙 비행상품 흥행과 트래블 버블 전략」, 「지역별 관광 자원 개발 및 거점 조성 추진」 등의 토픽들로 이슈가 분류되었고, 제2기에는 「지자체-정부-기업-주민 협력을 통한 지역 관광 활성화」, 「글로벌 관광 경쟁력 강화 노력」, 「국제관광 재개와 국내 관광산업의 회복」, 「지역별 관광 인프라 구축 및 관광 명소 확대」, 「지역 관광 콘텐츠 및 테마의 다양화」 등의 토픽들로 이슈가 분류되었다.

시기별 토픽 간의 공통점 및 차이점 등을 종합 분석한 본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 관광객체 관점에서는 관광자원 개발 시 명확한 정체성에 더해 관광객이 매력을 느낄만한 특수성과 고유성을 확보해야 한다. 제1기와 제2기 모두 지역 관광 특성화 전략과 지자체 주도 관광 인프라 증축이 공통적인 토픽으로 도출되었는데, 비대면 방식을 전제한 개발 전략이 주를 이룬 제1기와 달리 비대면과 대면 방식이 혼재되기 시작한 제2기에는 주제가 고유하고 특색있는 테마와 콘텐츠로 더욱 다양화되었다. 증가하는 보도 건수로 보아 관광업계 회복을 맞이하여 이러한 움직임은 지속될 것으로 예상된다. 그러므로 엔데믹 시대에 관광자원으로서의 경쟁력을 높이기 위해서는 방역 안전성이나 편리한 이용 방식 등은 기본적으로 갖추면서도 다른 자원들과 차별화되는 상품 및 서비스 전략을 세워야 한다.

둘째, 관광매체 행위자들은 다방면으로 협력을 모색해야 한다. 분석 결과 행위자 간의 협력이 양 시기 모두 주요 토픽으로 도출되면서, 엔데믹으로 갈수록 지자체, 정부, 기업뿐 아니라 지역 주민까지 행위자로 등장하는 등 더 다양한 목적과 범위에서 관광 활성화를 위한 협력이 이루어졌음을 알 수 있었다. 주민이 참여하는 관광두레 사업이나 민·관 협력으로 남해안 전체를 아우르는 관광벨트 구축, 관광 분야 데이터 협력 등이 그 예이다. 관련 보도 건수 역시 과거에 비해 확연히 증가하여, 일개 행위자별 노

력보다는 각계각층의 상호 협력으로 위기를 극복하고자 하는 움직임이 활발해지고 있으며 점차 더 이슈화·공론화되는 모습이 나타났다. 이런 추세에서 정부나 기업 등 관광의 여러 행위자들은 ‘우물 안’을 벗어나 다양한 방향으로 협력의 가능성을 모색해야 한다. 그러면 문제 해결이 보다 용이해지고 더욱 많은 기회가 생길 것이다.

셋째, 관광의 정책적 매체인 정부의 역할이 방역과 규제 중심에서 점차 국내 관광 기업들의 국제 관광 경쟁력 제고로 옮겨가므로, 관광기업들은 이러한 정부의 지원과 방침에 발맞추어 실질적인 혜택을 받고 성과를 내는 방안을 고민해야 한다. 이슈의 추세를 보아 본격적으로 엔데믹이 도래하고 국제관광의 장벽이 완전히 허물어진 후에도 이러한 양상은 당분간 지속될 것으로 예상된다. 업계에서 이러한 흐름에 따라 국가적으로 당면한 요구사항에 부합하는 방향으로 해외 마케팅 및 상품 전략을 세워 대응한다면 정부 정책 및 지원과 실질적인 시너지 효과를 낼 수 있을 것이다.

넷째, 팬데믹 하에서는 관광의 공간적 매체인 교통수단의 유연한 대처가 위기 극복의 중요한 요소가 된다. 분석 결과 팬데믹 시기에 국가 간 이동이 제한되자 운송수단으로서의 역할을 상당 부분 상실한 항공업계에서 무착륙비행 상품을 면세쇼핑과 연계 출시하여 큰 이슈몰이를 했다. 해당 상품들은 실제로 팬데믹 시기 동안 예상외의 흥행을 거둔 것으로 여러 보도에서 나타났다. 이는 관광매체의 관광객체화라고 볼 수 있는데, 전통적 역할을 통한 수익 창출이 어려운 상황에서 환경 변화에 유연하게 반응하여 블루오션을 찾아낸 좋은 사례이다.

본 연구의 한계는 다음과 같다. 첫째, 코로나19 확산이 정점에 달했던 시기와 그 후 종식되어 가는 시기, 단 두 기간으로만 나누어 분석하였다. 2기를 엔데믹으로 가정하고 연구를 진행하였으나 사회적 거리두기 단계의 전면 해제가 팬데믹의 완전한 종식을 의미하지는 않으므로 다른 조건들도 함께 고려하고 시기를 세분화한다면 더욱 정교한 연구가 될 것이다. 같은 맥락에서 현 시점과 코로나19 발생 이전 시기와의 비교 역시 연구의 의의가 있을 것이다. 둘째, 거시적인 관점의 연구로 세세한 이슈를 들여다보기에는 다소 부족함이 있다. 사전을 더욱 정제하여 유의미한 키워드들을 더 발굴할 수 있다면 보다 구체적인 결과물이 나올 것이다. 셋째, 정성적 텍스트 내용을 계량화하는 방식인 토픽 모델링 분석 기법을 활용함으로써 문서의 분석에 있어 발생하는 연구자의 주관성과 자의성의 개입을 줄일 수는 있으나, 동일 기법을 활용한 다른 연구에서도 언급되는 바와 같이 완전히 주관성을 배제하기에는 무리가 있어, 텍스트 네트워크 분석 등을 병행하는 방식 등이 제안되고 있다(황진석, 2023). 즉, 시기 구분과 이슈를 세분화하고 다른 보완적인 기법이나 보다 다양한 통계자료 등을 함께 활용한다면 더 정교하고 체계적인 결과 도출이 가능할 것이다.

참고문헌

- 강우원 (2022), *AHP 모델을 적용한 지방정부의 지역관광개발정책 우선순위 분석에 관한 연구*, 석사학위논문, 한양대학교 국제관광대학원
- 고민환, & 박윤미 (2022), 빅데이터 기반의 텍스트 마이닝을 활용한 포스트 코로나 시대의미래관광 탐색 연구: 랜선투어를 중심으로, *관광연구저널*, 36(5), 79-92.
- 김남정 (2021), *인지적 과제분석(Cognitive Task Analysis)데이터에 대한 전통적 방식과 텍스트마이닝 및 토픽모델링 방식의 차이에 관한 연구*, 박사학위논문. 한양대학교 대학원
- 김남조 (2017), 국내관광 활성화의 조건 : 관광객 유출정책, 관광객 유인정책, 관광홍보정책, *한국관광정책*, -(69), 4-7.
- 김미경 (2023), *관광학개론*, 박영사.
- 김민영 (2009), *제주도 대중교통을 이용한 관광객의 통행특성*, 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 김선희 (2001), *관광과 세계의 이해*, 백산출판사.
- 김선희 (2012), 관광지 이미지와 관광객 만족, 충성도와의 관계, *동북아관광연구*, 8(2), 15-34.
- 김성혁, 황수영, & 김용일 (2007), 연구논문 : 여행사 웹사이트 신뢰형성이 여행상품 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, *관광연구*, 22(3), 281-301.
- 김송이, & 김운영 (2019), 지자체의 관광정보안내 노력이 지자체 관광만족도에 미치는 영향 분석, *관광레저연구*, 31(6), 5-20.
- 김수남 (2022), *감염병 코로나19 위험지각이 관광의도에 미치는 영향*, 석사학위논문, 경기대학교 관광전문대학원
- 김용진, & 손용훈 (2018), 뉴스데이터의 LDA 토픽 분석을 통한 장수군 농촌지역 활성화 사업의 특징 - 관광 · 생활 키워드를 중심으로 -, *농촌계획*, 24(4), 69-80.
- 김정서 (2021), *코로나19 위험지각과 스마트관광인식, 스마트관광태도, 행동의도의 영향관계에 관한 연구*, 석사학위논문, 건양대학교 대학원
- 김정현 (2014), 한국십진분류법 제6판 관광학 분야의 분류체계 수정 전개 방안. *한국도서관정보학회지*, 45(1), 103-123.
- 김태중 (2019), *뉴스 빅데이터를 활용한 평생교육 담론 분석*, 박사학위논문, 공주대학교 대학원
- 김태중 (2020), 뉴스 빅데이터를 활용한 코로나19 언론보도 분석 :토픽모델링 분석을

- 중심으로, *한국콘텐츠학회논문지*, 20(5), 457-466.
- 김혜영 (2015), *토픽 모델링을 활용한 한국어 신문의 주제별 자동분류*, 석사학위논문, 고려대학교 대학원
- 박득희, & 윤선미 (2023), 사회연결망 분석을 활용한 코로나19 팬데믹 이전과 이후 관광객의 관광 공간 행동 비교 연구: 대구광역시를 사례로, *호텔관광연구*, 25(2), 47-58.
- 박수정, & 이봉규 (2019), 토픽 모델링을 통한 공유숙박업의 이슈 분석: 뉴스 데이터를 중심으로, *관광레저연구*, 31(7), 209-229.
- 박현지 (2022), 관광객의 숙박 애플리케이션에 대한 수용동기, 신뢰, 사용의도 간의 관계분석, *관광레저연구*, 34(3), 147-163.
- 백방림 (2021), *코로나 시대의 관광산업 진흥정책*, 석사학위논문, 국민대학교 대학원.
- 서리라 (2021), *코로나19 확산 이후 전염병에 관한 질병지각이 관광 행동의도에 미치는 영향*, 석사학위논문, 경희대학교 관광대학원.
- 서예령 (2021), *코로나19로 인한 보안 이슈에 대한 관한 연구*, 석사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 선주현 (2016), *국가별 개인 여행 특성에 따른 관광객 숙박이용행태에 관한 연구*, 석사학위논문, 연세대학교 공학대학원.
- 성윤아 (2022), 텍스트 마이닝을 활용한 ‘가상관광’의 코로나19 전후 트렌드 분석 및 방향성 제언, *한국융합학회논문지*, 13(4), 155-161.
- 손고은 (2023), 1월 흑자전환에 성공한 여행사들...1분기 턴어라운드 가능할까, *여행신문*, 2023년 2월 8일.
- 송혜민, & 김홍범 (2022), 토픽모델링을 활용한 코로나19 관련 관광이슈 및 정부 정책 분석: 정부 정책자료와 온라인 뉴스 비교분석을 중심으로, *관광학연구*, 46(3), 161-182.
- 신혜진 (2017), 관광객의 다중감각 지각이 관광지 정체성과 태도에 미치는 영향, 석사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 안여정 (2017), 관광객이 지각한 젠트리피케이션 관광지의 도시관광요소 만족도가 관광행동의도 및 지출금액에 미치는 영향, 석사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 안필균, 엄성준, 조숙영, & 김상범 (2020), 포스트 코로나 시대 관광 트렌드를 반영한 농촌체험마을 조성방안 연구 - 전라북도 완주군 소양면 위봉마을을 사례로, *농촌계획*, 26(4), 27-39.
- 오석윤, 이현재, & 이일행 (2009), 갯벌 생태관광지 개발에 대한 관광객 인식과 관광유형 간의 관계, *국제관광산업연구*, 2(3), 103-125.

- 윤정섭 (2020), 포스트 코로나 시대 : 이동 패러다임의 변화, *Future Horizon*, - (46), 68-73.
- 이규남 (2021), *공공데이터를 활용한 코로나 시대 여행행태 연구*, 석사학위논문, 숭실대학교 정보과학대학원.
- 이엔, & 정기은 (2016), 한국관광지 매력속성에 따른 베트남인 패키지관광객의 만족도 및 행동의도에 관한 연구, *문화산업연구*, 16(4), 175-187.
- 이완구, 신립, & 정철 (2020), 공항 서비스 품질이 관광지 이미지와 관광객 행동에 미치는 영향 - 관광지로의 국제공항, 관광 경험으로의 국제공항 서비스 -, *관광연구논총*, 32(1), 75-100.
- 이정은 (2022), *패키지여행상품의 지각된 가치가 만족도와 충성도에 미치는 영향*, 석사학위논문, 한양대학교 국제관광대학원
- 임명수, & 김남규 (2016), 비정형 텍스트 분석을 활용한 이슈의 동적 변이과정 고찰. *지능정보연구*, 22(1), 1-18.
- 조원광 (2018), 비정형 빅데이터를 활용한 담론 분석의 가능성: 비지도학습 알고리즘을 중심으로, *2018 한국사회학회 정기사회학대회 자료집*, 316-317.
- 지영근 (2022), *국내관광 선택속성과 코로나19 위험지각, 방문의도의 구조적 관계*, 박사학위논문, 경기대학교 관광전문대학원.
- 최병일, 이선우, & 김재후 (2020), 항공·여행사 참담한 실적, *한국경제*. 2020년 5월 15일.
- 최창희 (2011), *관광지 속성이 관광객의 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 연구*, 석사학위논문, 인하대학교 대학원.
- 한국문화관광연구원 (2021), *출입국관광통계*.
- 한국문화관광연구원 (2023), *출입국관광통계*.
- 황명화 (2014), *여론 모니터링을 위한 비정형 빅데이터 시공간분석 방법론 연구*, 세종:국토연구원.
- 황진석 (2023), *뉴스 빅데이터 기반 마이데이터 이슈 분석과 시사점*, 석사학위논문, 고려대학교 기술경영전문대학원.
- Blei, D., Ng, A., Jordan, M., & Lafferty, J. (2003), Latent Dirichlet Allocation, *Journal of Machine Learning Research*, 3(4), 993-1022.
- Ghasiya Piyush, & Okamura Koji (2021), Investigating COVID-19 News Across Four Nations: A Topic Modeling and Sentiment Analysis Approach, *IEEE ACCESS*, 9(-), 36645-36656.
- Huang, X., Wan, X. & Xiao, J (2014), Comparative news summarization using

- concept-based optimization, *Knowledge and information systems*, 31(3), 391-716.
- Ma Yuanye (2021), A Structural Topic Model Analysis of Privacy in Mandarin Chinese News: 2010-2019, *PROCEEDINGS- ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY*, 58(1), 792-794.
- McKay Dean, Yang Haibo, Elhai Jon, & Asmundson Gordon J G (2020), Anxiety regarding contracting COVID-19 related to interoceptive anxiety sensations: The moderating role of disgust propensity and sensitivity, *Journal of anxiety disorders*, 73(-)
- Newman D J, & Block S (2006), Probabilistic Topic Decomposition of an Eighteenth-Century American Newspaper. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 57(6), 753-767.
- Ploessl Franziska, Just Tobias, & Wehrheim Lino (2021), Cyclicity of real estate-related trends: topic modelling and sentiment analysis on German real estate news. *Journal of European Real Estate Research*, 14(3), 381-400.

* 저자소개 *

· 박 수 정(cristal12@ksa.or.kr)

이화여자대학교에서 데이터분석학 석사학위를 취득하였다. 현재 한국표준협회 서비스혁신센터에 근무하고 있다.

· 민 대 기(dmin@ewha.ac.kr)

현재 이화여자대학교 경영학과의 교수로 재직 중이다. 서울대학교 산업공학과에서 학사와 석사를 거쳐 Purdue University에서 산업공학 박사학위를 취득하였다. 주요 관심 분야는 Markov Decision Process, 강화학습, 데이터과학 등이다.