



대통령 관련 보도의 감성 분석과 정파성의 지형

신문별 감성지수의 차이, 일관성, 대통령 지지도와와의 관계를 중심으로

최창식 부산대학교 교육인증원 강사

임영호 부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

Sentiment analysis as a research method on partisanship in the presidential coverage*

Chang shik Choi**

Lecturer, Office for Education Accreditation, Pusan National University

Yung-Ho Im***

Professor, Dept. of Media & Communication, Pusan National University

Traditional research on media partisanship has primarily relied on the content analysis of limited message samples, in terms of message frames or sources, in selective media outlets, thus often with inconclusive findings. Thus, for a more systematic and long-term analysis of complex and multi-faceted trends in the landscape of media partisanship, this article aims to experiment the feasibility of sentiment analysis of big data as potential research tools for studying media partisanship. Specifically, the authors collected entire news articles on the incumbent Korean president, Moon Jae-In, covered in ten national dailies for the period between 2018 and 2019, roughly ninety thousand items in total, and conducted a sentiment analysis of vocabulary in news articles, based on the KNU Sentiment Lexicon. The vocabulary analysis was conducted particularly with reference to the polarities and degrees of positive-negative sentiments implied in the usage of terms. The results show that all national dailies may be mapped within the spectrum of partisanship, ranging from the most positive position of the liberal Hankyoreh to the most negative of the conservative Chosun Ilbo. This mapping tends to approximately replicate the patterns of extant research on the partisanship distribution of national dailies. The analysis also reveals a statistically significant level of proximity to findings in previous research, and thus suggests the viability of sentiment analysis as an alternative index of

* This study is based on a paper presented at the '5th Media Statistics Academic Conference' hosted by the Korea Press Foundation(이 논문은 2020년 한국언론진흥재단 주최 '언론 통계 활용 학술대회'에서 발표한 논문을 대폭 수정한 것임을 밝혀드립니다).

** choics1@pusan.ac.kr

*** yhoim@pusan.ac.kr, corresponding author

media partisanship in future research. However, sentiment scores of each daily demonstrate considerable variability, ranging from the relatively consistent of the Kyunghyang Shinmun and Segye Ilbo to the more unstable of Munhwa Ilbo and Hankook Ilbo. To explain the variance of sentiment scores among national dailies, the authors examined the relationship between the sentiment index of dailies and the fluctuation of public opinion climate, which is indexed as monthly approval rate for the president during the selected period. Regression analysis confirmed, with the exception of Hankyoreh, significant levels of concomitant changes of scores in all dailies in accordance with the fluctuating approval rates for the president. In other words, the 'parallelism' between the partisan media coverage and political forces may be quite a volatile relation of equilibrium, which is amenable to the shifts in public opinion and external circumstances, rather than a fixed state of political differences as implied in the previous literature. Consequently, the findings indicate a need for re-conceptualizing the notion of media partisanship as a more variable and dynamic notion rather than a fixed, though differential, political positioning of each medium. The theoretical and practical implications of the results were also discussed.

Keywords: media partisanship, sentiment analysis, presidential coverage

1. 들어가며

다양한 이념이나 정파 사이에서 균형을 유지하는 것은 언론 보도에서 중요한 원칙으로 간주된다. 정치적인 편향은 언론의 뉴스 가치나 보도방식이 이러한 원칙에서 벗어나 특정한 정치 세력의 입장과 연계되거나 그 정파가 추구하는 가치나 이념에 우호적으로 혹은 비우호적으로 작용하는 것을 일컫는다. 특히 특정한 매체의 보도에서 이러한 편향이 어느 정도 일관된 경향을 띠면 정파성으로 나타나게 된다. 언론의 정파성 문제는 저널리즘의 기본원칙과 관련된 이슈이자 미디어의 정치적 영향력과는 연계되기 때문에, 국내 언론 보도 분석에서도 오랫동안 중요한 주제로 다루어졌다. 그간의 연구를 살펴보면 보도 태도나 프레임, 취재원 성향 등 메시지의 특성 분석을 통해 언론의 정파성을 살펴면서 의미 있는 논의를 제시해 왔다. 그러나 이러한 정파성에 대한 고찰에서는 연구전략 측면에서의 한계점도 볼 수 있다.

첫째, 그간의 정파성 연구는 선별적 표본을 이용하여 수행되었기 때문에 언론들의 정파적 지형을 좀 더 다각도로 살펴지 못한 한계가 있다. 대다수 연구는 특정한 이슈에서 일부 언론의 보도내용을 비교 분석하는 방식을 채택했으며, 또한 정파적 성격 차이가 두드러진 것으로 알려진 전형적인 언론사들(예컨대 보수와 진보)을 대상으로 선정한 뒤 해당 언론사 보도에 대한 내용분석을 통해 기존의 논의 결과나 통념을 재확인하는 데 그쳤다. 이처럼 분석대상 언론사 선택의 경향성은 나머지 언론사들을 정파성 논의에서 배제하는 결과를 가져왔다. 그리고 분석대상 기사의 표집 역시 특정 이슈나 기간에 한정되어 정파적 보도의 전반적 경향이나 변화 양상을 파악하기가 어려웠다. 언론의 정파성이 이슈나 시기에 따라 방향이나 정도가 가변적일 수도 있음을 고려하면 정치적 환경 변화에 따른 정파성의 양상 변화도 언론의 정치적 지형을 이해하는 데 중요한 함의를 갖는다. 따라서 장기간에 걸친 자료 분석을 통해 정파성의 양상을 좀 더 입체적으로 파악할 수 있는 연구전략이 필요하다.

둘째로는 공정성이나 정파성이 드러나는 메시지의 다양한 측면 중에서 언어와 표현이 차지하는 중요한 역할에도 불구하고 그것을 갖대 삼아 정파성을 살핀 연구가 드물다는 것이다. 특히 최근 대량의 언어 표현 분석을 가능케 하는 새로운 분석기법이 개발되고 있음을 감안하면 이 점은 특히 이롭다. 뉴스 언어는 객관적이고 공정해야 함에도 실상 우리 언론 보도에서는 스트레이트 기사에서도 기자의 주관적 표현과 사실이 혼재해 있는 사례를 쉽게 발견할 수 있다. 이렇게 언어와 표현의 중립성이라는 저널리즘의 기본가치가 잘 지켜지지 못하고 있음은 실증적 연구를 통해서도 확인된 바 있다(이완수·박재영, 2013). 이러한 표현의 편향성은 한국 언론의 정치적 편향성을 드러내는 중요한 요소이기도 하다. 기사 내용이나 프레임 못지않게 기사에서 사용되는

언어와 표현이 언론사의 정치적 성향과 무관하지 않음을 제시한 선행연구가 이를 뒷받침한다(김은이, 2019; 송용희, 2007). 따라서 기사 속 언어 구사 방식이 언론의 정파성과 어떠한 연관이 있는지 구체적으로 살펴볼 필요가 있다.

이에 이 연구는 정파성 연구를 위한 하나의 방법론적 대안으로 빅데이터 분석기법의 하나인 감성 분석(sentiment analysis)의 가능성을 탐색하고자 한다. 감성 분석은 텍스트를 긍정적 또는 부정적 표현으로 구분하고 그 정도를 판별하는 것으로(남길암·조은경, 2017), 이를 통해 기사에 사용된 언어와 어휘가 양적·질적으로 얼마나 중립적 표현에서 벗어나 있는지를 연구자의 주관에 배제된 상태에서 파악할 수 있다. 보통 언론의 보도 태도 분석은 보도대상에 대한 우호도/비우호도의 정도를 기준으로 코딩하는데, 다량의 언어 표현에서 나타나는 감성 분석은 이 작업을 좀 더 체계적으로 수행할 수 있는 방법론으로서 가능성을 갖고 있다. 또한, 빅데이터 감성 분석은 내용분석과 같이 연구자의 수작업에 의존하는 방법에 비해 상대적으로 적은 노력으로도 가능하다. 즉 언론사 수와 기사 건수, 대상 기간에 크게 구애받지 않고 대량의 자료를 분석할 수 있다.

이 연구는 2018~2019년 동안 10개 종합일간지에 게재된 정치 기사 중 문재인 대통령에 관한 보도 기사의 어휘 분석을 통해 신문별 감성지수를 산출하고, 이 지수가 신문의 정파성 차이를 분석하는 지표로서 어떤 가능성을 가지는지 탐색하고자 한다. 한국 언론에서 정파성의 중요한 특징은 ‘정당 정파성’으로 지목되고 있는데(김영옥, 2011), 이는 언론 보도의 편향성이 특정한 정당이 추구하는 목표나 가치와의 근접성 형태로 표현된다는 것이다. 따라서 장기간에 걸쳐 특정 매체의 정파성을 측정하기 위해서는 정파성을 띠는 단체나 인물을 대상으로 선정해 분석하는 것도 하나의 효율적인 전략이 될 수 있다. 특히 대통령은 집권 세력의 수장인 인물이자, 다양한 정파적 이슈를 포괄적으로 드러내는 상징적 구현체라는 점에서 정파성 지형 분석에 적합한 주제라고 할 수 있다.

이 연구는 구체적으로 신문별 기사의 감성지수가 어떤 분포 양상을 보여주는지, 기존 연구에서 제시된 정파성 분포와 어떤 연관이 있는지, 또한 이러한 감성지수가 시점이나 환경 변화에 따라 어느 정도 가변성을 띠는지 살펴본다. 나아가 여론의 변화, 즉 대통령 지지도 변화에 따라 신문별 감성지수가 어떻게 연동되는지도 검토한다. 이러한 작업은 감성지수가 언론사별 정파성 차이를 분석하는 잣대로서, 단지 신문사별 차이 기술을 넘어 여론의 변화에 따른 좀 더 역동적인 정파성 지형을 분석하는 데도 시사점을 줄 수 있을 것이다.

2. 문헌 검토와 연구 문제

1) 정파성과 보도 양상 비교

국내에서 언론 보도의 정파성 문제를 다룬 연구는 양적으로 상당히 풍부한데, 이러한 연구를 몇 가지 기준에 따라 분류해볼 수 있다. 신문에 국한해서 보면 이 연구들은 대개 정파적 성향에서 차이가 있는 진보, 보수 신문들이 특정한 이슈의 기사를 보도하는 방식에서 어떠한 차이가 있는지 비교하는 형태가 많다.

우선 기사의 소재 측면에서는 언론의 정파성과 관련하여 정당, 선거, 정치인 등의 정치적 이슈에 연구가 집중되고 있다(김수정·정연구, 2018; 김정아·채백, 2008; 박재영·안수찬·박성호, 2014; 박현식·김성해, 2014; 송은지·이건호, 2014; 최진호·한동섭, 2012). 또한 대북정책(김경화·노기영, 2011; 윤영철, 2000; 이원섭, 2006; 이이제·송진, 2011; 이화행·이정기·최진호·정성호·강경수, 2015), 대미 관계(김경모·정은령, 2012; 이원섭, 2008), 진보정당 해산 문제(노현주·윤영철, 2016) 등 정치적 이념과 관련된 이슈 역시 정파성 연구의 주요한 주제로 다뤄졌다. 하지만 정파성 연구는 정치적 차원을 넘어 경제정책(김동률, 2009; 박기수, 2011; 윤영철·김경모·김지현, 2014), 교육(강진숙, 2006), 의료복지(손승혜·이귀옥·이수연, 2014), 노사 분규나 호주제 폐지 등 사회적 이슈(김세은, 2010; 최현주, 2010), 기후변화(주영기, 2013) 등 다양한 소재를 통해서도 수행되어 왔다.

보도의 정파성은 사실 등을 통한 직접적인 의견 표명뿐 아니라 취재원 선택, 인용 방식, 기사 구성의 프레임 선택, 서술 전략 등 메시지의 다양한 측면으로도 나타날 수 있다. 보도의 정파성 연구는 이러한 메시지 측면에서 특정 정파 세력이나 가치에 우호적 혹은 비우호적 경향을 발견해내고 이를 통해 해당 언론의 정파적 특성을 규정하려 하였다. 보도의 정파성 연구에서 분석 항목으로는 취재원(박기수, 2011; 박재영·안수찬·박성호, 2014; 이건호·고홍석, 2009; 이원섭, 2008; 최선규·유수정·양성은, 2012), 프레임(김경모·정은령, 2012; 김동률, 2009; 김수정·정연구, 2010; 김정아·채백, 2008; 박기수, 2011; 신병률, 2009; 이화행·이정기·최진호·정성호·강경수, 2015; 주영기, 2013), 보도 태도(강상현, 1992; 박현식·김성해, 2014; 송은지·이건호, 2014) 등 주로 내용분석이 용이한 항목 위주로 다루어졌다. 그럼에도 불구하고 내용분석의 실제 과정은 많은 시간과 노력의 투입이 필요하기에, 분석대상 이슈나 매체, 기간 등을 제한할 수밖에 없게 된다.

여기서 또 한 가지 주목할 부분은 정파성은 언론사들이 특정 이슈를 다루는 방식을 '비교'하는 형식을 띠며 이를 위해 소수의 대표적인 대상을 선택적으로 분석한다는 것이다. 예컨대

‘보수’와 ‘진보’의 보도 차이를 입증하기 위해 양 진영을 대표한다고 판단한 일부 언론사를 선정해서 분석하는 연구가 주류를 이루었다(가령 강형철, 1999, 김정아·채백, 2008; 주영기, 2013). 하지만 진보와 보수의 구분은 주제에 따라서 바뀌기도 하는 상대적이고 가변적이라는 점을 고려하면(김세은, 2010), 이러한 대상 선정은 정파성의 구체적이고 전반적인 양상을 보여주는 데는 다소 한계가 있다. 앞서 언급했듯이 이러한 한계 역시 정파성 연구가 노동집약적인 코딩 작업에 의존할 수밖에 없다는 현실적 제약과 무관하지 않다. 하지만 이러한 연구전략은 진보와 보수의 차이를 전제하고 정파적 차이라는 전제를 전형적인 형태로 재확인하는 수준에 머물러 매체 간의 미세한 차이를 간과하게 할 수도 있다. 이 점은 정파성 연구의 한계이자 풀어야 할 숙제로 남아있다.

따라서 연구의 양이나 주제의 다양성에 비해, 실제로 이슈에 따라 언론사의 가치 지향성의 전반적인 스펙트럼을 개관할 수 있게 해주는 연구는 그리 많지 않았다. 다만 예외적으로 일부 선행연구는 전국 주요 일간지 대다수를 대상으로 삼아 특정 이슈 보도에서 정파성의 스펙트럼을 재구성해보려 했다는 점에서 시사점이 크다(윤영철 외, 2014; 최선규 외, 2012; 최현주, 2010). 가령 윤영철 외(2014)는 경제 민주화 관련 28개 키워드를 조합해서 신문 간의 외적 다양성 프레임 추출한 후 점수를 부여해 주요 신문과 방송사들의 이념적 지향도를 그려보았다.

하지만 이 선행연구들이 보여주는 정파성 지형은 특정 시점에서 특정한 이슈에 관해 언론사들이 보여주는 보도 태도의 상대적 차이를 강조하는 정태적인 기술에 가깝다. 언론사의 정파성 분포는 보도 태도의 상대적인 차이이긴 해도 고정된 상태라기보다는 이슈나 여론 추이에 따라 서로 달라지는 복합적이고 가변적인 현상일 가능성이 있기 때문이다. 예컨대 조선, 중앙, 동아 등 3개 보수 신문의 사설에 관한 김세은(2010)의 연구는 같은 보수지라 하더라도 정치적, 경제적, 사회적 이슈의 스펙트럼별로 서로 상당한 차이가 있음을 확인하였다. 대통령 보도에서 신문의 정파적 입장 역시 고정된 상태로 유지되지 않고 대통령에 대한 지지도 등 다른 요인의 변화와 연동되고 있음을 검증한 연구도 있다(김수정·정연구, 2018; 전용주 2006). 보도 정파성의 이러한 특성을 감안할 때 장기적이고 입체적인 대규모 데이터 분석 작업을 가능하게 해주는 연구전략의 필요성은 다시 부각되고 있다.

따라서 이 연구는 이러한 선행연구의 연장선에서 빅데이터 분석기법을 사용해, 보도 정파성의 이념적 분포를 단순한 정태적 차이 비교를 넘어 시점에 따라 변동하는 양상을 고려해 좀 더 유동적이고 다양한 측면으로 파악하는 방안을 탐색하고자 한다.

2) 정파성 분석 방법과 감성 분석

언론 보도의 정파성에 관한 연구는 상반된 성향의 언론사 간의 비교 작업을 수반하게 되는데, 여기서 어떠한 방법론을 적용할 것인가 하는 문제가 남는다. 기존 연구에서 적용된 연구방법론은 대략 몇 가지로 분류할 수 있다.

언론 보도의 정파성 분석에 가장 흔히 사용되는 방법론은 내용분석 방법이었다. 구체적인 분석 틀에서는 프레임(김경모 정은형, 2012; 김동률, 2009; 김수정·정연구, 2010; 김정아·채백, 2008; 박기수, 2011; 이화행 외, 2015; 주영기, 2013)이나 취재원 분포(박기수, 2011; 박재영 외, 2014; 이원섭, 2008; 최선규 외, 2012), 보도 태도(강상현, 1992; 고영신, 2008; 김경희·노기영, 2011) 등으로 다양했지만, 기본적으로 표본을 선정하고 수작업 방식으로 코딩과정을 거친다는 공통점이 있었다. 이와 더불어 질적인 보도 태도 분석(강상현, 1992; 박현식·김성해, 2014; 송은지·이건호, 2014)을 병행하기도 했다. 나아가 담론분석(강진숙, 2006), 키워드 의미연결망(이상기, 2014; 이완수·최명일, 2014) 등 일부 새로운 방식도 시도되었으나 연구 방법에서 주류를 이루지는 않고 있다.

하지만 이러한 방법은 공통적으로 작업량의 방대함 때문에 분석대상을 제한할 수밖에 없다는 단점이 있다. 분석에서도 연구자나 보조연구원을 활용한 수작업에 의존하는 경향이 있다. 이러한 어려움 때문에 어떤 경향을 보여주는 대표적인 언론사를 선정하고, 주제나 기간을 제한적으로 설정하는 방식을 사용하고 있다.

하지만 최근에 와서 상황은 달라지고 있다. 특히 빅데이터 분석은 방대한 분량의 데이터를 분석대상으로 담을 수 있다는 점에서 정파성 연구에서도 유망한 연구방법론으로서의 가능성을 보여주고 있다. 예를 들어 28개 매체의 세월호 참사 보도 12만여 건에 나타난 당파적 문구를 분석하고 이를 지수화하여 언론사의 정치적 경도(slant)를 짚어낸 박종희(2016)의 연구는 빅데이터를 통한 정파성 분석의 주목할만한 사례다. 그러나 언론 보도에 대한 빅데이터 분석은 그간 텍스트마이닝을 통한 키워드 및 연결망 추출 등에 주로 집중되어 왔을 뿐 이론적 명제의 검토에 적극 활용하는 수준에까지는 이르지 못하고 있다(감미아·송민, 2012; 배정환·손지은·송민, 2013; 한무명초·김양석·이충권, 2017).

이러한 가운데 마케팅 등 소비자 분석 분야에서 활용되어온 감성 분석은 빅데이터를 이용한 언론 보도의 정파성 연구에서 또 하나의 유용한 도구가 될 수 있을 것으로 생각된다. 감성 분석은 언어적 텍스트에 내재한 주관적 표현 요소들을 긍정 및 부정과 같은 극성(polarity)으로 구분하고 나아가 그 정도를 판별하는 분석 방법이라 요약할 수 있는데(남길임·조은경, 2017), 온라인 상품평이나 영화에 대한 관객의 평가 글, 어떤 이슈에 대한 SNS의 반응 등은 그간 감성 분석이 적용되어 온

대표적인 분야라 할 수 있다(Pang & Lee, 2008). 언론 보도 또한 뉴스 텍스트의 디지털화와 감성 사전 등의 개발에 힘입어 그간 감성 분석의 주요한 대상이 되어왔다. 예를 들어 뉴스에 나타난 정치인의 이미지나 선거 보도, 특정한 젠더나 인종의 묘사에 대한 긍·부정 감성 또는 톤(tone)은 감성 분석의 주요한 대상이 되었는데, 특히 어떤 정치적 이슈나 대상에 대한 매체 간의 태도를 비교하는 데 종종 적용되었다(Khoo, Nourbakhsh, & Na, 2012; Young & Soroka, 2012).

이와 관련해 한 연구는 언론 보도 내용분석에서 감성 분석이 어느 정도의 타당성을 갖는지 검토하였는데, 수작업으로 수행한 뉴스 보도 프레임 분석 결과와 거의 일치하는 데다 분석 자료가 많으면 많을수록 더욱 정확하게 프레임을 구분할 수 있음을 발견하였다(Burscher, Vliegenthart, & de Vreese, 2015). 더불어 이러한 방식의 분석은 수작업으로 하는 내용분석에 비해 비용대비 효율적이며 연구자의 판단 착오나 편견에서 자유로운 점도 장점으로 꼽힌다(Matthes & Kohring, 2008). 즉, 빅데이터 분석기법을 이용한 감성 분석은 표본의 타당성과 연구자의 주관 개입 가능성을 낮추면서 계량적인 분석 결과를 도출할 수 있어 텍스트 마이닝을 이용한 분석기법들 가운데 연구에의 활용성이 상대적으로 높은 것으로 보인다.

그간 감성 분석을 통한 학술적 탐구는 국내에서도 다양한 분야를 대상으로 수행되었는데, 커뮤니케이션 및 언론 분야에서는 주로 소셜미디어 텍스트(예: 신관섭, 2020), 경제 관련 보도(예: 이현서·송민, 2018; 정지선 외, 2015; 홍태호 외, 2017), 범죄 보도(예: 주성빈, 2019)를 대상으로 일부 연구가 이루어졌다. 이 연구들은 뉴스 보도 등 해당 분야 텍스트에 나타난 감성지수가 주가나 기업 실적 같은 경제 지표와 어떠한 연관이 있는지, 또는 사회적 환경에 따라 감성지수가 어떻게 변화하는지를 살핀 것으로, 비록 본 연구가 초점을 두고 있는 정치적 보도와는 거리가 있지만, 뉴스를 통해 사회·경제적 현상을 설명하는 데 감성 분석이 하나의 방법론으로 기능할 수 있음을 보여준 사례라고 볼 수 있다.

따라서 이 연구는 감성 분석 방법론을 활용해 대통령 보도라는 정치적 소재에 대한 신문 간의 정파적 차이와 특징을 정리하고, 이 연구 결과가 언론의 정파성 분포에 관한 선행연구 결과와 어떤 차이가 있는지 검토해본다.

RQ 1. 신문별 대통령 관련 보도의 감성지수와 기사의 정파성 간의 관계는 어떠한가?

RQ 1-1. 신문별 감성지수의 분포 경향은 어떠한 차이가 있는가?

RQ 1-2. 신문의 감성지수 분포는 기존 연구의 정파성 분포와 어떠한 연관이 있는가?

3) 보도의 정파성과 정당/여론 병행관계

언론 보도의 정파성 연구에서는 정파적 차이가 어떠한 조건에서 상이한 양상으로 나타나는지에 관한 기술과 더불어 왜 이러한 차이가 발생하는지가 중요한 이슈다. 매체별 정파적 보도의 차이가 발생하는 원인으로는 소유구조(김동윤·김성태·유용민, 2013; 최진호·한동섭, 2012), 언론-정당 관계(이상기, 2014), 언론사의 지역적 기반(정회경, 2001), 언론의 이념적 지향 등 여러 가지 요인이 거론되지만, 이러한 원인과 정파적 차이 간의 관계를 실증적으로 입증한 연구는 많지 않다. 하지만 일부 연구의 결과는 이러한 보도의 정파성이 언론이 사회적, 정치적 중립지대가 아니라 특정한 정치적 세력 기반과 연계되어 있다는 데서 유래한다는 사실을 시사한다.

지금까지 언론의 정파적 보도 차이를 설명하는 가장 대표적인 이론 틀로서는 언론과 정당/정치 세력 간의 ‘병행관계(parallelism)’ 이론을 원용한 연구를 들 수 있다(손경수·윤영철, 2013; 윤영철, 2000). 예컨대 윤영철(2000)은 1996년 김영삼 정권의 대북 정책과 1998년 김대중 정권의 대북 포용 정책 관련 신문 사설을 비교한 결과를 토대로 양자 간의 유사성을 발견한 후 이를 “신문과 정당이 동일한 이념적 지향성을 밝히고 있다는 점에서 신문과 정당의 병행관계 형성”(75쪽)을 시사하는 것으로 해석했다. 이 병행관계 이론을 확장하면 신문 간의 보도 차이는 정치와 관련된 거의 모든 이슈에서도 나타날 수 있다는 뜻이 된다. 만일 신문보도 간의 정파적 차이가 병행관계에 근거한다면, 감성 분석 결과 역시 기존 연구와 비슷한 패턴을 보일 수도 있다.

그렇지만 언론의 정파성을 설명하는 요인으로서 병행관계는 지금까지의 연구에서 원용한 것보다는 훨씬 복잡한 양상을 띠 가능성을 배제할 수 없다. 윤영철(2000)의 연구가 인용한 영국의 미디어학자 세이무어 유어(Seymour-Ure, 1974)는 언론과 정당 간의 병행관계를 구성하는 대표적인 차원으로 언론과 정당조직 간의 공식적/비공식적 연계, 언론과 정당이 추구하는 목표 간의 유사성, 그리고 신문 구독자와 정당 지지층 간의 중복도 등을 거론하였다(pp. 160-169). 병행관계에 내재한 이러한 다차원성을 감안하면 언론의 정파성 역시 각 차원의 변동 상황에 따라 유동적이고 복잡한 양상을 보일 가능성이 있지만, 이 문제에 관한 경험적 연구는 아직 거의 나와 있지 않다.

이 세 가지 차원 중 이 연구가 주목하고자 하는 부분은 세 번째인 신문 구독자와 정당 지지층 차원의 효과이다. 한국 정치에서는 보수와 혁신 세력 간의 갈등이 두드러지며, 언론의 지향도 폭넓은 정파적 차이를 보이기는 하나, 대통령을 중심으로 하는 대중정당 중심의 정치에서 유권자의 정당별 지지도는 이슈나 시기에 따라 상당히 유동적인 양상을 띠게 된다. 여야 간의 세력 균형이나 정치 지형이 여론의 지지 정도에 따라 부침을 거듭하듯이, 언론의 정파적 보도 정도 역시

단순히 특정 정파와의 연대 관계 외에 외부적 맥락에서 영향을 받을 가능성은 존재한다. 문종대(1997)는 언론의 정파성 문제를 투표 시장과 언론 시장의 관계라는 측면에서 이론적으로 설명하려고 시도한다. 투표 시장이 특정한 사회적 이슈에 대한 정파별 지지층의 분포를 나타낸다면, 언론 시장 역시 독자층의 성향 분포를 기반으로 한다는 점에서 양자가 밀접한 관련을 맺게 된다는 것이다. 이 주장을 원용하자면, 선거 때마다 두드러진 지역신문의 지역주의적 정파편향 보도는 경제적으로는 지역 투표시장에서의 여론 불균형을 반영한 합리적인 결과가 된다.

세이무어 유어 역시 정파적 신문이라고 하더라도 구독자가 그 정파적 성향의 독자만으로 구성되지는 않으며 다양한 성향으로 구성되는 것이 일반적이라고 지적했다(Seymour-Ure, 1974, pp. 168-169). 한국에서도 정치적인 상황의 변화와 무관하게 정파적 충성도를 일관되게 유지하는 독자층의 비율은 신문마다 차이가 있을 것이다. 이는 병행관계 이론에서 정파적 병행관계를 설명하는 데서 한 축을 이루는 정당 지지층의 영향력이 정치적 상황에 따라 상당히 가변성을 띠 수도 있다는 추론을 가능하게 한다. 만약 그렇다면 대통령 보도에서 나타나는 신문사의 정파적 보도 역시 대통령에 대한 여론 지지도와 연동되어 부침하는 양상이 나타날 수도 있지 않을까 하는 질문을 제기해볼 수 있다.

그래서 이 연구에서는 정파성의 스펙트럼에 위치하는 신문마다 정파성의 정도가 분석기간 동안 어느 정도 가변성을 띠는지를 비교 분석하였다. 그리고 감성지수로 측정한 신문별 정파성의 정도가 대통령에 대한 지지도와 어느 정도 연동하는지도 더불어 분석하였다.

RQ 2. 신문별 감성지수의 일관성 정도는 어떠한가?

RQ 3. 대통령 지지도 추이에 따라 신문별 기사의 감성지수에 변화가 있는가?

3. 연구 방법

1) 분석대상

대통령 관련 신문 정치 보도의 감성지수를 살펴보고자 이 연구는 먼저 한국ABC(2018) 2017년 부수공사 기준 유료부수 2만 부 이상인 전국 종합지 10개를 분석의 대상으로 선정하였다. 기사의 검색과 수집은 한국언론진흥재단의 뉴스 아카이브 빅카인즈(kinds.or.kr)를 통해 이루어졌는데, 검색 키워드는 모든 신문 공통으로 ‘문재인 대통령’이었으며, ‘행정·자치’, ‘북한’, ‘국회·정당’, ‘외교’, ‘정치일반’, ‘선거’, ‘청와대’를 포함하는 ‘정치’ 카테고리 보도 기사 전수를 수집 범위로 하였다.¹⁾ 기사 수집의 날짜 범위는 빅카인즈에서 제공한 ‘일자’를 기준으로 2018년 1월 1일에서

2019년 12월 31일까지였으며, 총 90,887건의 기사를 수집·분석하였다. 아래 <Table 1>은 분석대상 매체와 기간, 기사 건수를 요약한 것이다.

Table 1. Analyzed Newspapers and Numbers of Report

National daily newspapers			
Name	Nr. of report	Name	Nr. of report
Kyunghyang	10,048	Segye	12,048
Kukmin	10,611	Chosun	10,230
Dong-A	6,883	JoongAng	14,279
Munhwa	4,245	Hankyoreh	6,333
Seoul	8,977	Hankook	7,233
Sum: 90,887			

2) 분석 방법

(1) 감성 분석

감성 분석은 오피니언 마이닝(opinion mining)의 한 갈래로, 어떤 대상에 대한 주관적 의견이나 감정, 평가, 태도, 느낌 등을 텍스트로부터 추출하고 계산하여 그로부터 의미 있는 정보를 발견하는 하나의 기법이라 할 수 있다(Zhang & Liu, 2016). 2000년을 전후한 인터넷의 급속한 확산과 그에 힘입은 트위터 등 SNS의 유행은 이용자들의 의견과 태도를 담은 수많은 디지털 텍스트의 생산으로 이어졌는데, 이는 한편으로 자연어 처리를 통해 빅데이터로부터 사람들이 표출한 감성의 방향과 정도를 캐내는 감성 분석이 주목받게 된 계기가 되었다(Pang & Lee, 2008).

일반적으로 감성 분석은 어떤 언어적 표현 속에 주관성 요소가 존재하는지를 탐지하고, 발견된 주관성 요소 표현을 ‘긍정’과 ‘부정’과 같은 이분법적 극성으로 구분하는 것이라 할 수 있다. 단순한 이분법적 극성 구분에서 나아가 ‘중립’을 포함하여 삼분법적으로, 그리고 ‘객관’을 더해 사분법적으로 극성을 구분하기도 하며(신수정, 2014), 또한 긍정과 부정을 내포한 주관적 표현이 어느 정도로 극단에 가까운지를 수치화하는 정도성(degree) 판별도 감성 분석에서 주목받는 부분이다(남길임·조은경, 2017).

감성 분석은 크게 세 가지 수준으로 구분되는데, 그 첫 번째는 ‘문서’ 수준으로 어떠한 문서에 담겨 있는 어휘들을 하나하나 긍정 또는 부정으로 판별하고 각각의 빈도를 산출하여 문서의

1) 빅카인즈는 각 기사 텍스트의 앞머리 200자 만을 서비스하고 있으며, 본 연구에서는 이 자료를 수집하여 분석하였다.

전체적인 감성을 판단하는 것이다. 그러나 이러한 문서 수준 분석은 긍·부정 표현의 빈도에만 치중하는 까닭에 감성 판단에 오류를 범할 가능성이 존재한다(Zhang & Liu, 2016). 예를 들어 반어 또는 냉소적 표현으로 작성된 문서, 또는 본문에서는 대체로 긍정적인 표현을 하고 있으나 결론에서 이를 뒤집는 문서일 경우, 잘못된 분석 결과를 얻게 될 수도 있는 것이다. 분석의 두 번째 수준은 '문장'으로, 이 수준은 어떤 문서 속에 담긴 문장 하나하나에 대해 긍정과 부정, 그리고 중립으로 감성 분석을 수행하고 이를 종합하는 것이다. 문서 수준과 달리 중립이라는 극성을 포함하기에 좀 더 상세한 판단이 가능하며, 문장 단위의 정도성 분석을 곁들이게 되면 문서 전체의 감성 정도를 더 객관적으로 측정할 수 있다(남길임·조은경, 2017). 세 번째 '속성' 수준은 문장 수준에서 더 진전된 것으로, 긍·부정 표현이 어떤 대상을 향한 것인지와 그 대상의 어떤 속성에 대한 것인지를 밝히는 것이다(조은경, 2015). 예를 들어 'S사의 TV는 화질은 뛰어난데 가격이 비싸다'에서 의견 표현의 대상인 S사 TV에 대한 전체적인 긍·부정과 더불어 화질에 대한 평가와 가격에 대한 평가를 각각 구분해 내는 것이다.

감성 분석의 방법은 크게 두 가지로 구분되는데, 머신러닝을 통한 판별(supervised learning)과 사전 기반 판별(lexicon-based approach)이 그것이다. 먼저 머신러닝을 통한 감성 분석은 감성의 극성과 정도성이 매겨진 '훈련 자료'를 통해 분석기가 긍정 또는 부정의 표현을 학습하고, 학습된 결과를 통해 분석 자료의 감성 극성과 정도성을 판별하는 것이다. 예를 들어 영화평 게시판에 남겨진 주관적 평가 글에 사용된 어휘를 글과 함께 부여된 평점에 따라 체계화한 뒤 평가에 사용된 어휘들을 학습하고, 이를 바탕으로 관련 분야의 다른 텍스트에 내재한 감성을 분석하는 것이다. 이 방법은 학습을 바탕으로 하기에 기존에 탐구되지 않은 분야의 자료나 시의적인 대상의 감성을 판별하는 데는 유리하지만, 학습을 위한 자료를 사전에 마련해야 하며, 학습되지 않은 분야의 자료에 대한 분석에는 정확도가 떨어진다는 단점이 있다(Zhang & Liu, 2016). 예를 들어 영화평을 분석하기 위해 머신러닝 방법을 이용할 경우 평점과 같은 정보가 곁들여진 평가 텍스트를 사전에 충분히 준비해야 하며, 이러한 과정을 통해 학습된 감성 분석의 잣대로 뉴스 텍스트를 분석하면 그 정확도가 떨어질 가능성이 있는 것이다.

두 번째 방법인 사전 기반 판별은 문장 또는 단어의 극성을 사전에 정의하고 각각에 정도성을 부여한 감성 사전(sentiment lexicon)을 이용하여 문장 또는 문서의 감성 점수(sentiment score)를 산출하는 것이다(정지선·김동성·김종우, 2015; 홍태호·김은미·차은정, 2017). 이 방법은 범용적인 어휘를 기반으로 구축된 사전을 이용하기에 다양한 주제 영역에서 활용할 수 있어, 다양한 이슈와 주제를 다루는 언론 보도를 분석하는 데도 적합한 것으로 판단된다. 또한, 주제의 도메인(domain)과 분석자의 필요에 따라 사전의 어휘를 확장하거나 변형할 수 있어 높은

분석 유연성을 가지는 것도 장점이다. 반면, 감성사전을 이용한 분석에도 단점이 없지는 않은데, 자연어의 수많은 어휘와 다양한 표현 형태를 담은 사전을 마련하는 데 많은 시간과 노력이 요구된다는 점이다. 또한, 머신러닝 방법에 비해 범용성은 뛰어나지만 특정한 어휘나 표현이 자주 사용되는 분야의 텍스트에서는 오히려 판별력이 떨어질 우려가 있다(Zhang & Liu, 2016).

(2) 감성지수의 산출 방법과 수준

전국지와 지역지 정치 기사에 나타난 감성을 살펴보기 위해 본 연구에서는 사전 기반 판별 방법을 사용하였다. 사용된 사전은 군산대 Data Intelligence Lab에서 개발한 'KNU 한국어 감성사전(KNU Sentiment Lexicon)'으로, 이 사전은 Bi-LSTM 딥러닝 모델을 이용하여 표준국어대사전에 포함된 동사, 명사, 형용사, 부사의 뜻을 학습하여 그 결과를 바탕으로 1-gram, 2-gram, 관용어구, 축약어 등 총 14,843개 텍스트 표현에 대한 긍정과 부정, 중립에 대한 극성과 정도성 값을 추출하여 수록한 것이다(박상민·나철원·최민성·이다희·온병원, 2018). 따라서 이 사전은 특정 분야(domain)나 상황에서 사용되는 긍·부정 표현보다는 우리말에서 보편적으로 사용되는 감정 표현을 탐지하는 데 더 적절하다(박상민·엄창민·온병원·정동원, 2019).²⁾

그리고 본 연구에 사용된 분석 수준은 단어로, 기사별 감성지수는 먼저 한 기사 속 단어 각각의 감성 점수를 매기고 합산한 뒤 기사의 총 단어 수로 나누어 산출하였다. 이는 감성 사전에 수록된 기사 속 단어들의 극성과 빈도에 따라서만 감성을 판별하지 않고 중립적 표현도 감성 판별에 포함하여 기사의 전체적 감성지수를 산출하기 위함이다. 이에 따라 어떤 기사의 감성지수 산출 방법은 아래의 계산식으로 요약될 수 있다.

$$\text{기사의 감성지수} = \frac{\sum \text{각 단어의 감성 점수}}{\text{기사의 총 단어 수}}$$

따라서 양의 감성지수를 가진 기사는 긍정적 표현이 부정적 표현보다 더 우세하며, 감성지수가 높을수록 상대적으로 더욱 긍정적 감성을 나타낸다고 할 수 있다. 반대로 음의 감성지수는 부정적 표현의 우세를 의미하는 것으로 해석한다. 이와 같은 방식으로 모든 분석대상 기사에 대해 각각 감성지수를 산출하였으며, 산출된 값을 신문별로 묶고 각 신문의 월간 평균 감성지수를 구하였다.

2) 감성 사전의 성능을 나타내는 세 지표에 대해 KNU 한국어 감성사전은 정확도(accuracy) 89.45%, 재현율(recall) 93.09%, 그리고 F1-score 91.23%를 나타냈는데, 종합적 지표인 F1-score가 80%를 이상이면 상당히 우수하다고 판단할 수 있다(Nguyen, Veluchamy, Diop, & Iqbal, 2018). 또한 이 사전은 다른 한글 기반 KOSAC이나 OpenHangul 사전보다 정확한 감성 정도를 가지고 있는 것으로 보고된 바 있다(박상민 외, 2018).

(3) 비교 변수들

① 신문의 정파성

본 연구의 전국지 정치 기사 감성지수와 기존 연구에서 나타난 신문별 정치적 경향성과의 관계를 살펴보기 위해, 본 연구에서는 각 신문의 정파성을 수치화한 두 기존 연구의 결과를 비교 대상으로 선정하였다.

첫 번째는 최선규 등(2012)의 연구로, 이 연구는 10개의 정치적 이슈에 대한 12개 언론사의 보도 5,962건에 등장한 취재원의 성향을 분석하여 각 언론사의 정치적 경향성을 진보 편향과 보수 편향으로 수치화하였다. 본 연구에서는 이 연구에 포함된 12개 언론사 가운데 방송사를 제외한 9개 전국지의 정치적 경향성 지수를 비교분석에 이용하였다. 두 번째는 윤영철 등(2014)이 수행한 것으로, 경제 민주화 보도에 나타난 프레임에 대한 분석을 통해 46개 언론 매체의 외적 다양성(이념적 지향점) 지수를 산출한 것이다. 본 연구에서는 윤영철 등이 수행한 연구에서 제시한 10개 전국지의 외적 다양성 지수를 비교분석에 투입하였다.

본 연구에서 산출한 신문별 감성지수와 이들 두 연구에서 제시된 정치적 경향성 지수의 비교를 위해서 각 연구의 신문별 지수들을 표준화 점수(Z-score)로 변환하였으며, 이를 이용해 매체별 정치적 경향성과 감성지수 분포 간의 상관관계를 산출하였다.

② 대통령 직무수행 긍정 평가도

지역지의 감성지수와 해당 지역에서의 대통령에 대한 지지 여론 간의 관계를 살펴보기 위해 본 연구에서는 한국갤럽(www.gallup.co.kr)의 대통령 직무수행 평가 여론조사 자료를 이용하였다. 이 조사는 주간 단위로 대통령의 직무수행에 대한 평가를 3점 척도(‘잘하고 있다’, ‘잘못하고 있다’, ‘어느 쪽도 아니다’)로 측정하여 그 결과를 전국 및 8개 지역별로 제시하고 있는데, 이 연구에서는 이 전국 조사 결과를 월간 단위로 취합한 자료를 사용하였으며 응답 가운데 ‘잘하고 있다’의 비율을 ‘대통령 직무수행 긍정 평가도’로 정의하여 분석에 투입하였다.

(4) 분석 도구

수집된 자료의 텍스트 데이터 전처리와 KNU 한국어 감성사전을 이용한 기사 및 언론사별 감성지수 산출 등에는 R(ver. 3.6.3)을,³⁾ 그리고 감성지수에 관한 기술통계에는 SPSS(ver. 22)

3) 본 연구를 위해 사용된 주요 R 패키지는 다음과 같다. 데이터 및 문자열 전처리: stringr(1.4.0),

를 사용하였다.

4. 분석 결과

1) 전국지 정치 기사의 감성지수와 정파성 간의 관계

(1) 신문별 감성지수의 분포 차이

첫 번째 연구 문제(RQ 1)는 신문들의 대통령을 키워드로 한 정치 기사 감성지수를 살펴보고자 하는 것이다. 구체적으로 첫 번째 하부 연구 문제(RQ 1-1)는 신문별 감성지수의 분포 경향과 그 차이를 파악하는 것으로, 이를 위해 10개 분석 대상 신문의 정치 기사 감성지수를 산출하고 그 분포를 살펴보았다(Table 2) 참조).

Table 2. Newspaper Sentiment Indices of Politic Reports(Ordered by Sentiment Index)

Name	Nr. of report	<i>m</i>	<i>SD</i>	Kurtosis	95% CI(mean)	
					<i>LL</i>	<i>UL</i>
Hankyoreh	6,333	0.00284	0.02326	5.622	0.00226	0.00341
Kyunghyang	10,048	0.00212	0.02208	6.819	0.00169	0.00255
Seoul	8,977	0.00205	0.02223	5.131	0.00159	0.00251
Hankook	7,233	0.00167	0.02473	5.539	0.00110	0.00224
Kookmin	10,611	0.00165	0.02295	6.494	0.00121	0.00209
Dong-A	6,883	0.00160	0.02340	5.045	0.00104	0.00215
Segye	12,048	0.00149	0.02155	5.584	0.00110	0.00187
JoongAng	14,279	0.00093	0.02510	5.003	0.00030	0.00106
Munhwa	4,245	0.00068	0.02318	4.511	0.00018	0.00169
Chosun	10,230	-0.00028	0.02376	5.040	-0.00074	0.00018
Sum	90,887	0.00140	0.02306	5.554	0.00132	0.00147

분석대상 신문들의 문제인 대통령 관련 정치 기사 전체 감성지수 평균은 0.00140(*SD* = 0.02306)으로, 전반적으로 부정 표현보다 긍정 표현이 우세한 것으로 나타났다. 매체별로 살펴보면 한겨레의 감성지수가 가장 높았고(0.00284), 이어 경향신문(0.00212), 서울신문(0.00205),

tidyverse(1.3.0), tm(0.7-7), 자연어 처리 및 감성분석: SentimentAnalysis(1.3-3), KoNLP(0.80.1), 결과표출: writexl(1.3).

한국일보(0.00167), 국민일보(0.00165), 동아일보(0.00160), 세계일보(0.00149), 중앙일보(0.00093), 문화일보(0.00068) 그리고 조선일보(-0.00028) 순이었으며 이 신문들의 감성지수 간에는 유의미한 차이가 존재했다, $F(9, 90877) = 12.757, p < .001$. 또한, 분석대상 가운데 9개 신문은 정치 기사 감성지수가 0보다 높아 긍정 표현이 우세한 것으로 나타났으며, 조선일보는 음의 감성지수를 보여 부정어를 이용한 표현이 상대적으로 더 큰 비중을 차지한 것으로 나타났다. 요약하면, 신문들의 문재인 대통령에 관한 정치 기사의 감성적 표현 정도와 극성은 다양하게 나타났으며, 감성지수 또한 신문 간에 유의미한 차이가 있음을 발견하였다.

(2) 신문들의 감성지수와 정파성의 관계

다음으로 분석대상 신문들의 정치 기사 감성지수 분포가 기존 연구에서 제시된 정파성과 어떠한 연관이 있는지 살펴보기 위해(RQ 1-2), 신문별 정치적 경향성을 수치로 산출한 기존 연구들과 비교해보았다. 먼저 언론사들의 보도 편향성을 10여 개의 정치적 이슈 보도에 등장한 취재원을 바탕으로 분석한 최선규 등(2012)의 연구에서는 신문들 가운데 한겨레의 편향성 지수가 -1.26으로 가장 진보적이었으며, 경향신문(-1.05)과 한국일보(-0.02) 등이 그 뒤를 잇고 있는 가운데 조선일보(0.85)는 가장 보수적이었다. 한편 경제 민주화 이슈를 중심으로 개별 매체의 이념적 지향점을 계량한 윤영철 등(2014)의 연구에서도 한겨레(0.53)가 가장 진보적 성향을 보이는 가운데 한국일보(0.37), 경향신문(0.32)도 진보적 색채가 강한 신문으로 나타났으며 보수적 성향이 강한 신문으로는 문화일보(-0.53), 세계일보(-0.18), 조선일보(-0.11) 등이 제시된 바 있다. 이들 연구에서 제시된 전국지들의 이러한 정파적 경향성 분포가 본 연구에서 산출한 신문들의 감성지수 분포와 어떻게 연관되는지를 살펴보기 위해 각 연구 및 감성지수의 표준화 점수를 산출하여 순위상관분석(Spearman's rho)을 실시하였으며,⁴⁾ 그 결과는 아래 <Table 3>과 같다.

Table 3. Correlation(Spearman's rho) between Senti-indices & Results from Previous Studies

Partisanship according to:	news source (Choi et al., 2012)	Economic democratization (Yoon et al., 2014)
Nat'l daily sentiment indices	.900**	.842**

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

4) 본 연구의 분석대상 전국지 가운데 최선규 등(2012)의 연구에는 세계일보의 편향성 지수가 포함되어 있지 않아 해당 연구에서의 세계일보 수치는 결측으로 처리하였다.

분석 결과, 신문별 정치 기사 감성지수 분포는 최선규 등(2012)의 연구에 나타난 편향성 지수($r_s = .900$, $p = .001$) 및 윤영철 등(2014)의 이념적 지향성 수치($r_s = .842$, $p = .002$)와 유의미한 상관관계를 보였다. 한편, 신문들의 정파적 성향을 진보와 보수로 구분한 이 두 기존 연구의 결과 또한 유의미한 상관관계에 있었다($r_s = .767$, $p = .016$). 이러한 결과들을 종합해보면, 기존 연구에서 진보적 성향이 강한 것으로 분석된 신문일수록 문재인 대통령에 관한 정치 기사에서 긍정 표현을 상대적으로 많이 사용하며 높은 감성지수를 보였으며, 보수적 성향이 강한 신문은 그 반대의 경향을 보였다고 할 수 있을 것이다.

두 하부 연구 문제를 통해 살펴본 첫 번째 연구 문제의 결과를 요약하면, 신문들의 대통령 관련 정치 기사에는 대체로 긍정적인 표현이 우세하게 나타나는 가운데, 매체별 감성지수는 다양하게 분포하는 가운데 유의미한 차이를 보이고 있었다. 또한, 신문별 감성지수의 상대적 정도와 위치는 기존 연구들에서 제시한 신문의 정치적 경향성과 상당히 밀접한 연관성을 가지고 있는 것으로 나타나, 감성지수가 정파성을 살피는 데 하나의 관측 변수가 될 수 있을 것으로 보인다.

2) 신문별 감성지수의 일관성

두 번째 연구 문제(RQ 2)는 앞서 측정한 신문별 감성지수 분포가 어느 정도 일관성을 띠는지 파악하고자 하는 것이다. 이를 위해 각 신문의 표준편차를 통해 산포의 경향성을 파악하고, 이어 첨도와 평균의 95% 신뢰구간을 산출하여 중심 경향성을 살펴보았다(앞의 <Table 2> 참조).

분석대상 신문들의 정치 기사 감성지수 전체 평균 표준편차가 0.02306인 가운데, 세계일보($F = 1.145$, $p < .001$), 경향신문($F = 1.091$, $p < .001$), 서울신문($F = 1.076$, $p < .001$)은 전체 기사의 평균 표준편차보다 유의미하게 작았으며, 중앙일보($F = 1.185$, $p < .001$), 한국일보($F = 1.150$, $p < .001$), 조선일보($F = 1.062$, $p < .001$)는 유의미하게 큰 것으로 나타났다. 이는 세계일보, 경향신문, 서울신문 정치 기사들의 시점별 감성지수가 다른 전국지들에 비해 상대적으로 좁게 분포되어 있음을 의미한다.

이어 감성지수의 중심 경향성을 신문별로 파악하기 위해 첨도를 살펴보았다. 전국지 전체의 첨도가 5.554인 가운데 경향신문의 첨도(6.819)가 가장 높았으며, 국민일보(6.494), 한겨레(5.622), 세계일보(5.584) 등은 전체보다 높은 첨도를 보였다. 반면, 첨도가 가장 낮은 신문은 문화일보(4.511)였으며, 중앙일보(5.003), 조선일보(5.040), 동아일보(5.045) 등도 평균에 비해 낮은 첨도를 나타냈다. 즉, 전국지들 가운데 경향신문, 국민일보, 한겨레 등의 정치 기사 감성지수는 평균을 중심으로 상대적으로 집중된 분포를 보이며, 문화일보, 중앙일보, 조선일보 등은 그 반대의 경향을 보임을 뜻한다. 이를 정치 기사에서 나타나는 감성지수의 일관성이라는 측면에

서 보면, 경향신문은 문화일보에 비해 상대적으로 평균치에 집중된 감성지수를 나타내는 경향이 강하다는 것으로 해석할 수 있다.

그리고 신문별로 감성지수 평균의 95% 신뢰구간을 살펴본 결과, 문화일보의 구간 폭이 가장 커(0.00151) 감성지수 평균이 위치할 수 있는 범위가 가장 넓었으며, 중앙일보는 상한과 하한 사이의 거리가 가장 작아(0.00076) 모평균의 예측 가능 범위가 상대적으로 제일 좁았다(〈Figure 1〉 참조).

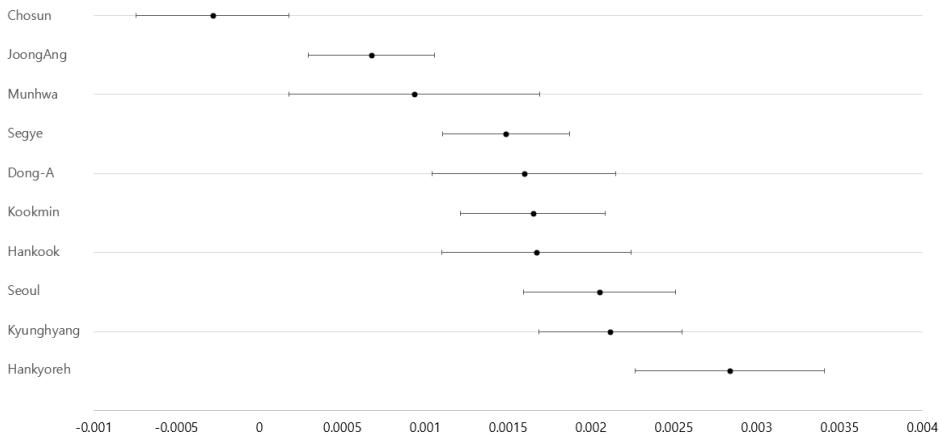


Figure 1. Means of newspaper's sentiment index with 95% confidence interval.

요약하면 경향신문과 세계일보는 비교적 작은 표준편차, 높은 침도, 그리고 작은 평균의 신뢰구간을 나타냈으며, 이는 이 두 신문의 정치 기사에서는 감성지수의 변동 범위가 상대적으로 좁다는 것을 의미한다. 반면, 문화일보, 한국일보 등은 감성지수가 비교적 넓은 범위에서 나타나면서 시점별로 상대적으로 큰 변동성을 보인 것으로 풀이된다.

산포와 중심 집중 경향성 분석에서 발견한 점들을 요약하면, 감성지수는 신문마다 다양하고 특징적인 성격을 지닌다는 것이다. 예를 들어 경향신문의 감성지수는 상대적으로 좁은 범위 내에 평균을 중심으로 밀집하는 경향이 강했으며, 문화일보는 긍·부정 표현의 폭과 정도가 다른 신문들에 비해 상대적으로 컸다. 그리고 본 연구가 분석한 2년간의 대통령 관련 정치 기사는 다양한 이슈들을 포함하고 있었는데, 각각의 이슈에 대한 보도 태도는 같은 신문에서도 다소의 차이가 있었을 것으로 볼 수 있다. 즉, 어떤 이슈에 대해서는 부정적인 감성표현을 보였지만, 다른 이슈에 대해서는 상대적으로 긍정적인 태도를 나타냈을 수 있다. 그러나 신문마다의 감성지수가

이처럼 일정한 분포의 폭과 양상을 보인다는 것은 이슈에 따라 감성지수가 높거나 낮게 나타날 수 있지만, 전체적으로는 일정한 범위 안에서 움직이는 성질이 있다는 것으로 풀이할 수 있다.

3) 대통령 직무수행 긍정 평가도와 감성지수 추이

세 번째 연구 문제는 여론의 대통령에 대한 지지도와 정치 기사의 감성지수 간의 관계를 살펴보는 것으로(RQ 3), 앞의 두 번째 연구 문제에서는 신문별 감성지수가 통시적으로 어느 정도 일관성을 띠는지 살핀 것이라면, 이 연구 문제를 통해서는 대통령 지지도의 변동에 따라 신문별 감성지수가 어떻게 변화하는지를 살펴보고자 한다.

이를 위해 2018년 1월부터 24개월간의 대통령 직무수행 긍정 평가도 조사 결과와 같은 기간 분석 대상 신문 정치 기사의 감성지수 추이를 살펴보았다. 먼저 분석 기간 동안의 전국 직무수행 긍정 평가도 평균은 54.75($SD = 11.82$, $\max = 77$, $\min = 42$)로 나타났으며 단순회귀분석 결과 평가도의 유의미한 하향 추세가 발견되었다, $R^2 = .752$, $F(1, 22) = 66.612$, $t = -8.162$, $\beta = -.867$, $p < .001$. 이어 직무수행 평가도를 독립변수로, 각 신문의 정치 기사 감성지수를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다(Table 4 참조).

Table 4. Results of Regression Analysis between Senti-index of newspaper and President Evaluation

	R^2	df	F	t	β
Hankyoreh	> .001	1, 6331	0.397	0.630	.008
Kyunghyang	.002	1, 10046	24.176***	4.917***	.049
Seoul	.001	1, 8975	12.389***	3.520***	.037
Hankook	.001	1, 7231	4.889*	2.211*	.026
Kookmin	.002	1, 10609	16.233***	4.029***	.039
Dong-A	.001	1, 6881	4.503*	2.122*	.026
Segye	.003	1, 12046	31.153***	5.581***	.051
JoongAng	.001	1, 14277	19.384***	4.403***	.037
Munhwa	.003	1, 4243	12.133**	3.483**	.053
Chosun	.002	1, 10228	17.042***	4.128***	.041

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

분석 결과, 한겨레를 제외한 9개 신문의 회귀계수가 유의미한 것으로 나타났다. 이는 대통령의 직무수행에 대한 긍정 평가도가 변화하면, 정치 기사 감성지수도 일정 정도 연동해 변화하는 경향이 있음을 의미한다. 반면, 한겨레의 감성지수 추이는 통계적으로 유의미하지 않았는데,

이는 대통령에 대한 여론의 평가와 무관하게 긍정이나 부정 표현의 정도가 일관되게 유지되었다고 해석할 수 있다.

이러한 결과를 첫 번째와 두 번째 연구 문제의 결과와 결부시켜 풀이하면, 분석대상 기간 전체적으로는 대통령 관련 정치 기사에서 긍정적인 표현이 우세하게 나타나지만, 한겨레를 제외한 9개 신문의 정치 기사 감성지수는 직무수행 평가도에 따라 변화하는 양상을 보였다. 그리고 여론 지지도 변동에 따른 감성지수 변화의 정도는 신문에 따라 다소 차이가 있었지만, 이 차이를 신문의 정치적 경향성으로 설명하기는 쉽지 않다. 이는 유일하게 연동 양상이 발견되지 않은 한겨레의 사례에 더해, 보수와 진보 성향 매체 간에 변화 양상 차이를 뚜렷하게 구분지을 수 있는 특징이 나타나지 않았기 때문이다. 이를 뒤집어 보면, 정치 기사의 감성지수는 특정 이슈에 대한 여론과 같은 외부적 요인에 의해 그 정도가 얼마간 달리 나타날 가능성이 있지만, 기본적으로는 매체의 정치적 경향성과 일정 정도 항상적으로 연동하고 있는 것으로 풀이할 수 있다. 다시 말해, 어떤 정치적 사건에 대한 보도에서 특정 매체의 정치 기사 감성지수가 평소의 경향과는 달리 높거나 낮을 수는 있지만, 매체들 사이에서 그 감성지수의 상대적 위치는 비교적 일정하게 유지된다는 것이다.

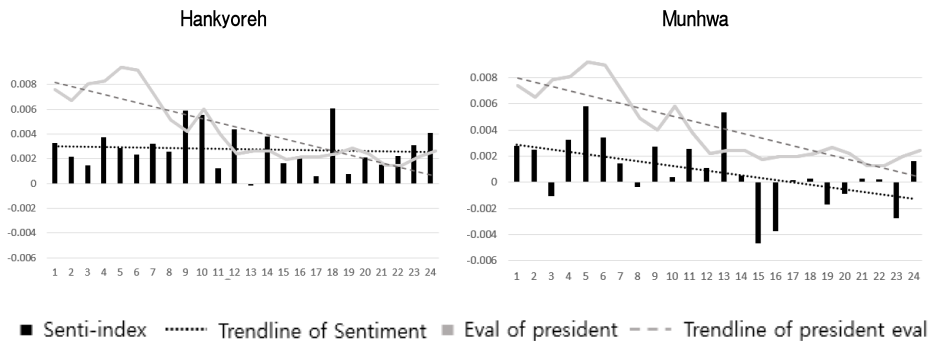


Figure 2 Trends of president performance evaluation and sentiment indices of Hankyoreh and Munhwa.
Note. Vertical axis of each chart refers to senti-index and horizontal axis refers to month (1 = Jan 2018). Values on vertical axis do not represent the actual evaluation of president.

〈Figure 2〉는 분석대상 가운데 한겨레와 문화일보의 2018~2019년 월별 정치 기사 감성지수를 도식화한 것으로, 감성지수의 등락 양상과 추이를 확인할 수 있다. 앞서 연구 문제 1에서 감성지수가 상대적으로 높게 나타났던 한겨레는 월별로 볼 때 대체로 긍정 표현이 우세한 가운데 직무수행 지지도와 연동하지 않는 경향을, 그리고 연구 문제 2에서 감성지수의 평균 신뢰구간이 가장 컸던 문화일보는 긍정과 부정 양방향으로 감성지수의 평균이 혼재되면서 변화의 폭이 큰 것

을 확인할 수 있다.

세 번째 연구 문제의 결과를 요약하면, 신문들 가운데 한겨레를 제외하고는 대통령 관련 정치 기사의 감성지수가 여론의 추이와 함께 감소한 것을 확인할 수 있었다. 이는 대다수 신문의 감성지수가 항상적으로 유지된 것이 아니라, 대통령에 대한 여론의 평가와 연동 관계에 있었음을 뜻한다. 그리고 각 매체의 연동 정도는 정치적 경향성과 무관하게 일정 범위 내에 있었는데, 이는 앞서 두 번째 연구 문제의 결과에서 나타난 것과 마찬가지로 매체마다 정파적 입장이 다르더라도 각 매체 정치 기사의 감성 표현 정도의 변화는 상대적으로 일관된 범위 내에서 나타난 것으로 해석할 수 있을 것이다.

5. 논의 및 결론

이 연구는 언론의 정파성 연구에서 하나의 방법론으로서 빅데이터 감성지수 분석의 가능성을 탐색한 것이다. 이를 위해 2018년 1월부터 2019년 12월까지 10개 신문에 게재된 9만여 건의 대통령 관련 정치 기사를 수집하여 감성지수와 그 분포 양상을 신문별로 분석하고 그것이 기존에 논의된 각 신문의 정파성과 어떠한 연관이 있는지를 살펴보았다. 또한, 감성지수 측정을 통해 파악한 신문의 정파성이 어느 정도 일관성을 유지하는 속성인지 살펴보고, 대통령에 대한 여론의 평가와 신문들의 정치 기사 감성지수가 어떻게 서로 연동해서 변화하는지도 함께 분석하였다. 먼저 이 연구에서 발견된 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫 번째 연구 문제는 신문들의 대통령 관련 보도의 감성지수를 산출하고 그것이 각 신문의 정파적 경향성과 어떠한 관련이 있는지를 살펴보는 것이다. 먼저 신문별로 감성지수를 살펴본 결과, 한겨레의 평균 감성지수가 10개 신문 가운데 가장 높았으며 조선일보는 유일하게 부정 표현이 우세한 신문이었으며, 분석 대상 신문 간에 유의미한 차이가 있었다. 이어 신문들의 정치 기사 감성지수 순위를 기존 정파성 연구 결과들(윤영철 외, 2014; 최선규 외, 2012)과 비교한 결과, 유의미한 상관관계를 발견할 수 있었다. 즉, 기존 연구에서 진보 성향으로 평가한 신문일수록 문재인 대통령 관련 정치 기사에서 긍정적 감성의 표현 정도가 높았다. 그리고 보수 성향에 가까운 매체들은 긍정적인 표현의 정도가 진보 성향 매체들에 비해 상대적으로 낮았으며, 부정적 표현이 전반적으로 더 우세한 신문도 있었다. 이를 통해 신문들의 대통령 관련 정치 보도에서의 긍·부정 표현은 매체의 정파적 경향성 표출의 한 형태라 추론할 수 있으며, 따라서 언론의 정파성을 살피는 하나의 지표로서의 감성 분석과 이를 통해 산출한 감성지수의 가능성을 확인하였다.

두 번째 연구 문제는 신문별 기사의 감성지수 분포를 통해 감성지수의 일관성 정도를 파악

하는 것으로, 이는 감성적 표현을 통한 정파적 성향의 표출이 신문별로 어느 정도로 일관되게 나타나는지를 살펴보기 위한 것이다. 분석 결과, 경향신문과 한겨레 등은 기사들의 감성지수가 평균을 중심으로 밀집된 경향을 보이는 가운데 평균이 위치할 수 있는 범위도 상대적으로 좁았지만, 문화일보와 한국일보 등은 감성지수의 산포 범위가 넓고 중심 경향성도 비교적 낮은 것으로 나타났다. 이는 기사의 감성지수가 사안에 따라 유동적이며, 또한 신문별로 변동 양상이 차별화되어 나타나는 특성을 가짐을 뜻한다. 이러한 결과를 첫 번째 연구 문제에서의 발견과 연관 지어 보면 정치 기사에서의 표현을 통해 나타나는 신문들의 정치적 경향성은 일정한 범위 안에서 가변적인 양상을 띠는 동시에 상대적 일관성을 유지하는 것이라 추론할 수 있다. 즉, 기사를 통해 나타나는 정파적 태도는 이슈나 상황에 따라 변화하지만, 그러나 신문마다의 정파적 위치는 상대적으로 일관되게 나타나는 것이다.

세 번째로는 24개월 간의 대통령 직무수행에 대한 지지 여론과 신문 보도에 나타난 감성지수 간의 추이를 통해 감성지수를 통시적으로 살펴보고자 하였다. 구체적으로는 신문별 정치 기사 감성지수의 추세가 대통령의 직무수행에 대한 긍정 평가도와 어떤 관계에 있는가 하는 것으로, 분석 결과 한겨레를 제외한 9개 신문에서 유의미한 연동 관계가 발견되었다. 이는 신문 정치 기사의 긍·부정 표현이 신문의 정파적 차이를 반영하는 가운데서도 대통령에 대한 여론의 지지도와 일정 부분 상응하며 변화해 왔다는 것을 의미한다. 반면, 한겨레는 유의미한 추세가 발견되지 않았는데, 이것은 감성적 표현이 여론의 추이와 상관없이 상대적으로 일관되었음을 나타낸다.

결과를 종합하면, 본 연구는 신문들의 대통령 관련 정치 기사 감성지수가 각자의 정파적 경향성과 연관되어 있으며, 또한 감성지수는 사안에 따라 가변적이기는 하나 신문마다 일정한 분포의 범위 안에서 움직이는 일관된 특성이 있음을 발견하였다. 또한, 정치적 노선에서 정권과 유사한 방향의 신문은 긍정 표현의 빈번한 사용을 통해 우호적인 보도를 상대적으로 더 많이 하였으며, 정권과 노선을 달리하는 신문은 상대적으로 긍정 표현을 덜 사용하고 있었는데, 이러한 결과는 언론사와 정권의 병행관계(윤영철, 2000)를 드러내는 또 하나의 징후로도 해석할 수 있을 것이다. 다만 이러한 병행관계가 이슈나 대통령 지지도와 같은 외부적 요인에 의해 가변적인 양상으로 나타나는 것도 발견할 수 있었는데, 이는 정당 혹은 정권과 언론 간의 병행관계가 항상적인 것이라기보다는 다차원적이고 역동적인 현상일 수 있음을 의미하는 것이기도 하다.

그리고 정치 기사 감성지수가 대통령 직무수행 긍정 평가도와 일정 정도 연관 관계에 있음을 발견한 것은 언론의 정파적 경향성이 여론 등 외부적 요인과도 무관하지 않음을 시사한다. 예를 들어, 언론사의 정파성에 영향을 주는 요소 가운데 하나는 독자들의 정치적 성향이다(문종대, 1997). 동종의 다른 매체들과의 경쟁 속에서 언론사는 자신들의 장기적이면서도 차별화된 정파

적 경향성을 고수해 독자 시장에서의 위치를 유지하려 하지만(남현주·전종우, 2014; 현기득·서미혜, 2019), 동시에 정치적인 이슈에 따라서 정파적 스펙트럼을 일정 정도 변화시켜 매체 간 정파성의 접면에 위치한 독자를 확보하거나 새로운 독자를 시장으로 끌어들이려 한다는 것이다. 정파적 표현이 여론과 연동되는 현상 역시 이러한 맥락에서 이해할 수 있다. 신문에 따라 정도 차이는 있지만 여론 추이에 맞춰 정치적 표현의 경향성을 변화시키는 방식을 통해 정파적 성향이 일치하는 독자뿐만 아니라 성향이 상이한 독자층에게도 어필할 기회를 얻으려는 전략을 구사할 수도 있다는 것이다(임영호·최창식, 2020)

이 분석 결과에서 드러난 또 한 가지 흥미로운 특징은 감성지수라는 지표가 기존의 연구와 마찬가지로 신문 간의 정파적 차이를 보여주면서도, 동시에 시점이나 이슈에 따라 일정 범위 내에서 가변하는 특성, 여론 지지도 등 외부 여건에 따라 추세를 그리기도 한다는 점이다. 또한, 신문마다 대통령이라는 정치대상을 정파적으로 차별화해서 보도한 것은 사실이지만, 정파적 입장에서 비교적 일관성을 보여주는 신문(한겨레)과 유동적인 신문이 구분되어 나타난다(가령 조선일보)는 점도 주목할 만한 특징이다. 물론 차이가 대상의 특성(진보정권의 대통령)에서 유래하는 것인지, 아니면 개별 신문의 정파적 입장이라는 특성 때문인지는 좀 더 연구가 필요한 부분이다.

본 연구에서 밝힌 이러한 결과들은 언론의 정파성을 체계적으로 고찰하는 하나의 방법으로 감성지수의 가능성을 보여주었다고 생각한다. 즉, 감성 분석이 오랜 기간에 걸친 다량의 기사를 정량적으로 분석하여 신문 간에 차별화되면서도 역동적인 보도의 경향성을 밝히는 데 유용한 도구가 될 수 있음을 예시하였다는 점이 이 연구의 큰 함의라고 할 수 있다. 연구자가 기사 표본을 수집·추출하여 일일이 내용을 읽고 정리하였던 기존의 연구 방법과는 달리 감성 사전과 같은 도구를 이용해, 관련 기사 전수를 분석하고 비율변수를 산출하여 언론의 보도 경향을 비교적 손쉽게 객관적으로 파악할 수 있다는 것은 빅데이터 감성 분석의 유용성을 입증하는 것이라 할 수 있다.

따라서 앞으로 감성 분석은 보도 정파성의 다양한 특징과 차원을 규명하는 후속 연구에 큰 도움을 제공할 수 있을 것이다. 예를 들어, 첫째로 진보와 보수 구분이 주제에 따라서도 바뀔 수 있다는 선행연구 결과를 감안하여(김세은, 2010), 정치뿐 아니라 경제, 사회 등 다양한 주제로 확장해서 비교 연구를 해보는 것이다. 그 결과 정파성의 차이가 주제에 따라 어떻게 달라지는지 지형을 그려볼 수 있을 것이다. 또한, 하나의 주제에서도 대상에 따른 차이를 비교해보는 것도 흥미로운 접근이 될 수 있을 것이다. 이 논문은 진보정권의 대통령에 대한 신문별 정파적 입장을 살펴보았는데, 예를 들어 보수 정권의 대통령을 대상으로 비교 분석해보면 그 결과 역시 정파성

의 특성에 관해 시사점이 클 것이다. 둘째, 이 연구 결과는 시간 경과나 주제에 따라 신문마다 정파적 입장의 일관성 정도에서 차이가 존재할 가능성을 발견했는데, 이 역시 앞으로 흥미로운 연구주제가 될 수 있을 것이다. 예컨대, 대통령제에서는 임기 초반에는 상대적으로 대통령에게 우호적인 ‘밀월관계’를 유지하다가 임기 후반으로 갈수록 부정적으로 바뀌는 이른바 ‘레임덕’ 현상이 일반적인데, 이 역시 경험적으로 검토해볼 만한 주제다(Manheim, 1979). 세 번째로 매체들의 감성표현을 통한 병행관계 고찰과 관련하여, 본 연구가 주목한 여론 외에 다른 요인들의 영향도 차후 연구에서 살펴볼 만하다. 세이머 유어(1974)가 제시한 병행관계를 구성하는 첫 번째 차원인 언론과 정당조직 간의 연계라는 측면에서 양자의 관계 변화를 비교 고찰하는 작업도 의미가 있을 것이다. 예로 들면, 특정 언론사 출신 인사가 정당 당직이나 청와대 대변인에 진출했을 때 해당 언론사의 정파적 표현에 어떤 변화가 있는지를 경험적으로 살펴보는 것도 병행관계의 한 측면에 대한 심도있는 고찰을 가능하게 해줄 것이다.

이 연구 결과는 실무적 차원에서도 시사점이 크다. 언론 보도, 특히 스트레이트 기사는 객관적인 언어로 작성하는 것이 바람직하다(우병동, 2007; 정성욱, 2009). 그러나 우리가 실제로 접하는 기사에서는 편향된 언어를 어렵지 않게 발견할 수 있는 것이 사실이다. 이 연구가 분석 대상으로 삼은 정치 기사는 사실이나 칼럼과 달리 저널리즘에서 객관성 원칙이 특히 엄격히 적용되는 영역으로 볼 수 있으며, 따라서 중립적인 표현으로 작성해야 한다. 그러나 본 연구 결과는 이 원칙이 제대로 준수되고 있지 않음을 실증적 데이터로 보여준다. 그리고 선행연구에서 확인된 것처럼 프레임이나 취재원 활용, 논조 등에서 나타나는 정파성과 이 연구에서 확인된 기사 서술의 정파성은 서로 연계되어 있으면서도, 차원이 다른 문제점이라 할 수 있다. 기사에서의 표현 구사에 각 언론사의 정파성이 투영되고 있고, 언어적 표현이 자사의 정파적 시각을 옹호하는 수단으로 활용되고 있다는 점은 한국 저널리즘 관행의 문제점에 대해서도 시사하는 바가 크다.

이 연구는 몇 가지의 한계도 지니고 있는데, 이를 밝히고 후속 연구를 위한 제언을 하고자 한다. 첫째, 이 연구는 기사의 전문이 아니라 박카인즈가 제공하는 앞머리 200자만을 분석하였다. 비록 기사 앞머리 200자라 하더라도, 이에는 기사의 핵심이 요약된 리드와 기사의 서두가 포함되어 있어 기사의 전반적 논조와 내용을 파악할 수 있다(임영호, 2013). 또한, 개별 기사 분석 분량의 일관성을 확보할 수 있다는 점에서 장점도 있다. 그러나 언론사의 협조를 통해 크롤링 등으로 기사 전문을 분석하였다면 더욱 정밀하고 현실에 더 가까운 결과를 얻을 수도 있었을 것이라 생각한다. 둘째, 이 연구는 단어 수준의 감성 분석을 통해 기사의 감성지수를 산출하였는데, 이러한 분석은 표현의 대상을 명확하게 파악하는 데는 한계가 있다. 따라서 단지 긍정-부정이라는 극성 분류에서 한 걸음 더 나아가 문어나 문장이 가리키는 대상까지 분석하는 ‘대하여성

(aboutness)’을 통한 속성 수준의 분석(조은경, 2015)으로까지 확장하여 분석했다면 더욱 상세하고 타당성 높은 결과를 얻을 수 있었을 것이다. 셋째, 신문별 분석 건수의 차이로 인한 편차의 왜곡이 존재할 가능성이 있어 감성지수 범위 해석에서 다소의 주의가 요구된다. 끝으로 제언하자면, 언론 보도에 대해 더욱 발전된 감성 분석을 위해서는 언론 기사의 특성을 고려한 전문적인 감성 사전의 개발이 필요하다. 이 연구는 표준국어대사전을 기반으로 개발된 KNU 한국어 감성 사전을 사용하였는데, 이 사전이 포함하고 있는 14,800여 개의 긍·부정 표현은 일반적인 생활에서 생산되는 텍스트 속 감성을 집어내는 데에는 큰 부족함이 없다고 여겨진다. 하지만 축약과 압축, 관용적 표현 등이 상대적으로 많은 보도 기사 분석에서는 다소나마 부족함이 있었을 것이다. 따라서 다양한 분야와 매체의 기사들을 학습자료로 이용하여 전문적인 감성 사전을 구축한다면 더욱 신뢰할 수 있는 감성 분석의 결과를 얻을 수 있을 것이다.

Reference

- Bae, J. -H., Son, J. -E., & Song, M. (2013). Analysis of Twitter for 2012 South Korea presidential election by text mining techniques. *Journal of Intelligence and Information Systems*, 19(3), 141-156.
- Burscher, B., Vliegenghart, R., & de Vreese, C. H. (2015). Frames beyond words: Applying cluster and sentiment analysis to news coverage of the nuclear power issue. *Social Science Computer Review*, 34, 530-545.
- Choi, H. -J. (2010). A study on the diversity of Korean newspapers : Analyzing the tendencies of covering three major issues. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(3), 399-426.
- Choi, J. -H., & Han, D. -S. (2012). The partisanship of media and the media intervention in political-power creation in Korea: Focusing on the analysis of the major newspapers' editorial articles during the 13-17th presidential election campaigns. *Journal of Communication Science*, 12(2), 534-571.
- Choi, S. -K., Yoo, S., & Yang, S. -E. (2012). Competition in the news market and media bias: Measuring the bias in the quotation of news source. *International Telecommunications Policy Review*, 19(2), 69-92.
- Han, M. M. C., Kim, Y. S., & Lee, C. K. (2017). Analysis of news regarding new southeastern airport using text mining techniques. *Smart Media Journal*. 6(1), 47-53.
- Hong, T., Kim, E., & Cha, E. (2017). The prediction of Dow Jones and S&P500 index using SVM and news sentiment analysis. *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, 17(1), 23-36.
- Hyun, K. D., & Seo, M. (2019). Comparing conservative and progressive audiences in their partisan perception, trust and use of hostile and friendly news media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(2), 46-76.
- Im, Y. -H. (2013). *Understanding newspaper media* (3rd ed.). Seoul: Hannarae.
- Im, Y. -H., & Choi, C. S. (2020). Geographical distribution and umbrella competition in Korean national daily newspaper industry. *Korean Journal of Communication & Information*, 103, 207-234.
- Jeon, Y. J. (2006). A study of presidential popularity: An exploratory study for building an integrated model of presidential popularity in Korea. *21st Century Political Science Review*, 16(1), 67-90.
- Jeong, J. S., Kim, D. S., & Kim, J. W. (2015). Influence analysis of Internet buzz to corporate performance : Individual stock price prediction using sentiment analysis of online news. *Journal of Intelligence and Information Systems*, 21(4), 37-51.
- Jo, E. (2015). Extracting lexical functional words and aboutness in sentiment analysis. *Korean Semantics*, 47,

- Ju, S. B. (2019). Sentiment analysis of the media's crime reporting practice: Focusing on the comparison before and after the enactment of the human rights reporting standards. *Korean Criminal Psychology Review*, 15(2), 127-140.
- Ju, Y. (2013). News media's political orientation and their framing of climate change in South Korea. *Journal of Communication Science*, 13(3), 591-626.
- Jung, S. W. (2009). The crisis of objective reporting and the power of tradition: The terrain of justification and the horizon of facts. *Journal of Communication Research*, 46(1), 5-35.
- Jung, H. -K. (2001). A study on the news items on regionalism in the press of Choong-Chung area – with emphasis on political parties and issues. *Journal of Communication Science*, 1(2), 141-164.
- Kam, M., & Song, M. (2012). A study on differences of contents and tones of arguments among newspapers using text mining analysis. *Journal of Intelligence & Information Systems*, 18(3), 53-77.
- Kang, J. -S. (2006) A study on the mechanism for discursive constitution of meaning and subject appeared in "Educational crisis" by Korea mass media. *Korean Journal of Communication & Information*, 33, 7-52.
- Kang, S. H. (1992). Comparing images of presidential candidates between Youngnam and Honam local newspapers. *Korean Journal of Communication & Information*, 1, 105-138.
- Khoo, C. S., Nourbakhsh, A., & Na, J. -C. (2012). Sentiment analysis of online text: A case study of appraisal theory. *Online Information Review*, 36, 858-878.
- Kim, D. -Y. (2009). Power shift and media empowerment. *Korean Journal of Communication & Information*, 45, 296-340.
- Kim, D. Y., Kim, S. -H, & You, Y. -M. (2013). Fair mediator or biased advocator : Understanding journalism partisanship through analyzing opinion section of national dailies in South Korea. *Journal of Communication Science*, 13(3), 75-122.
- Kim, E. (2019). Analysis of keywords in newspaper articles related to the youth job plan of the Moon Jae-in government: Focusing on the semantic network analysis of the articles. *Discourse and Policy in Social Science*, 12(2), 49-76.
- Kim, J. -A., & Chae, B. (2008). The political attitude of newspapers and the coverage of political scandal. *Korean Journal of Communication & Information*, 41, 232-267.
- Kim, K., & Chong, E. R. (2012). Narrative frames and interpretive communities: Frame competition over the

- resumption of W.O.C. controversy and journalistic discourse of interpretive community. *Korean Journal of Communication & Information*, 57, 109-136.
- Kim, K. -H., & Noh, G. -Y. (2011). A comparative study of news reporting about North Korea on newspapers in South Korea. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(1), 361-387.
- Kim, S., & Cheong, Y. (2010). A study on the effect of non-reporting in the news frame analysis. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(2), 382-404.
- Kim, S., & Cheong, Y. (2018). A study on the characteristics of political bias of Korean press : Focused on the analysis of 19th presidential election coverage. *Korean Journal of Communication & Information*, 88, 110-145.
- Kim, S. -E. (2010). The similarity and difference of Korean conservative newspapers: An analysis of ideology in Chosun-Jungang-Donga dailys' editorial. *Media, Gender & Culture*, 15, 37-78.
- Koh, Y. -S. (2008). A study on construction of political meanings by editorial cartoons. *Media & Society*, 16(2), 37-73.
- Kim, Y. -W. (2011). Partisanship of Korean press and the crisis of social communication. Korean Society of Journalism and Mass Communication (Ed.), *Crisis of communication in Korean society* (pp. 170-217). Seoul: Nanam.
- Korea ABC (2018). Newspaper audit report: 2017.1-2017.12. Seoul: Korea Audit Bureau of Certification.
- Lee, E. -J., & Song, J. (2011). A study of viewpoint diversity in broadcasting news market: Focusing on North Korea related news. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(6), 277-303.
- Lee, G., & Koh, H. (2016). Comparison of quotation desirability between online and offline newspapers: Regarding verb objectivity and source qualification. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 60(3), 347-369.
- Lee, H., & Song, M. (2018). An analysis of the influences between sentiment values of Korean online news and macroeconomic indicators using text mining. *Journal of Communication Science*, 18(3), 129-169.
- Lee, H. -H., Lee, J. -K., Choi, J. -H., Cheong, S. -H., & Kang, K. -S. (2015). How does the Korean press see the Korean unification?: Focusing on the content analysis of news coverage about Korean unification by each regime, type of media, and press. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 29(2), 220-259.
- Lee, S. -K. (2014). A double standard in Korean journalism. *Communication Theories*, 10(2), 284-324.

- Lee, W. S., & Park, J. (2013). Language and expression in broadcasting news : Focus on objectivity and fairness of news language. *Broadcasting & Communication*, 14(1), 5-46.
- Lee, W. S., & Choi, M. -I. (2014). Collective memories of death of presidents in Korea : Exploring medias semantic structure on evaluation of Kim Dae-jung and Rho Moo-hyun after their death. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(5), 123-152.
- Lee, W. -S. (2006). Ideological tendency and assessment of the government policy through reporting South-North Korea issue: comparative analysis of editorials under Kim Young-Sam and Kim Dae-Jung administrations. *Korean Journal of Communication & Information*, 35, 329-361.
- Lee, W. -S. (2008). Analysis of Chosun Ilbo and Hankyoreh's inclination for dealing with news sources regarding the transfer of wartime operational control. *Journal of Political Communication*, 8, 115-159.
- Manheim, J. B. (1979). The honeymoon's over: The news conference and the development of presidential style. *The Journal of Politics*, 41(1), 55-74.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58, 258-279.
- Moon, J. D. (1997). A study on the media and government's interests in policy: Focusing on the relationship between the voting market and the media market. *Media & Society*, 17, 41-68.
- Nam, G. I., & Jo, E. (2017). *Korean text sentiment analysis*. Seoul: CommunicationBooks, Inc.
- Nam, H. J., & Jun, J. W. (2014). Factors affecting newspaper subscription of Korean college students. *Advertising Research*, 101, 128-154.
- Nguyen, H., Veluchamy, A., Diop, M., & Iqbal, R. (2018). Comparative study of sentiment analysis with product reviews using machine learning and lexicon-based approaches. *SMU Data Science Review*, 1(4), article 7.
- Noh, H., & Yoon, Y. (2016). A comparative study on opinion diversity of newspaper, broadcasting and the internet portal site : The news coverage of 'The Unified Progressive Party(UPP) disbandment ruling'. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 60(6), 68-99.
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundation and Trends in Information Retrieval*, 2(1-2), 1-135.
- Park, H., & Kim, S. (2014). Crisis management in time of media partisanship: Media's discursive patterns in dealing with political scandals. *Journal of Communication Science*, 14(2), 75-112.

- Park, J. H. (2016). Estimation of media slants in South Korean news agencies using news reports on the Sewol Ferry Disaster. *Korean Political Science Review*, 50(1), 239-269.
- Park, J. Ahn, S., & Park, S. (2014). The diachronic change of election report in the coverage of the Korean presidential election since 1992. *Studies of Broadcasting Culture*, 26(2), 33-66.
- Park, K. S. (2011). A news frame analysis on socially controversial issue: Comparing three Korean daily newspapers attitude on Lee Myung-bak governments 'The four major rivers restoration project'. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(4), 5-26.
- Park, S. -M., Na, C. -W., Choi, M. -S., Lee, D. -H., & On, B. -W. (2018). KNU Korean sentiment lexicon: Bi-LSTM-based method for building a Korean sentiment lexicon. *Journal of Intelligence & Information Systems*, 24(4), 219-240.
- Park, S. -M., Eom, C. -M., On, B. -W., & Jeong, D. (2019). An AR-KNU Sentiment Lexicon-based university reputation assessment using online news data. *The Journal of Korean Institute of Information Technology*, 17(3), 11-21.
- Seymour-Ure, C. (1974). *The political impact of mass media*. London, UK: Constable.
- Shin, B. -R. (2009). Image of president Roh Moo-Hyun in editorial cartoons: Comparison between Chosun-Manpyung and Seoul-Manpyung. *Journal of Communication Science*, 9(3), 284-319.
- Shin, P. -S. (2020). Emotional analysis system for social media using sentiment dictionary with newly-created words. *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 25(4), 133-140.
- Shin, S. J. (2014, 6, 11). "Reading sentiment from words" Understanding sentiment analysis. *IDG Tech Report*. URL: <http://www.itworld.co.kr/techlibrary/87940>
- Sohn, S., Lee, G., & Lee, S. (2014). Comparative analysis of characteristics and frames of news articles on healthcare: Differences from administration changes and medias ideological orientation. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(1), 306-330.
- Son, K. S., & Yoon, C. (2013). Analysis of mutual information usage behavior between mass media and politicians' Twitter: Focusing on the reporting ideology of newspapers and the ideological orientation of politicians. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 57(3), 162-188.
- Song, E. J., & Lee, G. (2014). Analysis of news coverage about presidents interference with electoral process : For the period from president Young Sam Kim to president Myung Bak Lee. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(3), 228-250.
- Song, Y. (2007). A study on the Korean newspapers' objectifying strategies. *Korean Journal of Journalism &*

- Communication Studies*, 51(1), 229-251.
- Woo, B. D. (2007). A study on the objectivity of news reporting. *Social Science Research Review*, 23(3), 49-66.
- Yoon, Y. (2000). Power shift and news policy toward North Korea. *Media & Society*, 27, 48-81.
- Yoon, Y. C. Kim, K., & Kim, J. (2015). Opinion diversity and ideological geography of the news media. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 89, 35-63.
- Young, L., & Soroka, S. (2012). Affective news: The automated coding of sentiment in political texts. *Political Communication*, 29, 205-231.
- Zhang, L., & Liu, B. (2016). Sentiment analysis and opinion mining. In C. Sammut & G. I. Webb (eds.), *Encyclopedia of machine learning and data mining*. Boston, MA: Springer.

최초 투고일 2020년 12월 10일
게재 확정일 2021년 1월 29일
논문 수정일 2021년 2월 5일

부록

- 감미아·송민 (2012). 텍스트 마이닝을 활용한 신문사에 따른 내용 및 논조 차이점 분석. <지능정보연구>, 18권 3호, 53-77.
- 강상현 (1992). 영호남 지방신문에 나타난 대통령후보 이미지 비교. <한국사회와 언론>, 1호, 105-138.
- 강진숙 (2006). 교육위기 담론의 의미와 주체구성 방식 연구: 한겨레신문과 조선일보 기사를 중심으로. <한국언론정보학보>, 통권 33호, 7-52.
- 고영신 (2008). 시사만화의 정치적 의제설정과 프레임 구성에 대한 연구. <언론과 사회>, 16권 2호, 37-73.
- 김경모·정은령 (2012). 내러티브 프레임과 해석 공동체: 전작권 환수 논란의 프레임 경쟁과 해석 집단의 저널리즘 담론. <한국언론정보학보>, 통권 57호, 109-136.
- 김경희·노기영 (2011). 한국 신문사의 이념과 북한 보도방식에 대한 연구. <한국언론학보>, 55권 1호, 361-387.
- 김동률 (2009). 언론의 정치권력화: 재벌 정책 보도의 정권별 비교 연구. <한국언론정보학보>, 통권 45호, 296-340.
- 김동윤·김성해·유용민 (2013). 의견지면을 통해 본 한국 신문의 정파성 지형: 공정한 중재자인가, 편파적 대변자인가. <언론과학연구>, 13권 3호, 75-122.
- 김세은 (2010). 한국 보수신문의 유사성과 차별성: 조선-중앙-동아일보 사설의 이념성을 중심으로. <미디어, 젠더 & 문화>, 15호, 37-78.
- 김수정·정연구 (2010). 프레임 분석에 있어서 무보도 현상의 적용 효과 연구: 미디어법에 대한 현재 판결 보도 사례를 중심으로. <한국언론학보>, 54권 2호, 382-404.
- 김수정·정연구 (2018). 한국 언론의 정치편향 성격에 관한 연구: 19대 대선 보도 분석을 중심으로. <한국언론정보학보>, 통권 88호, 110-145.
- 김영욱 (2011). 한국 언론의 정파성과 사회적 소통의 위기. 한국언론학회 (편), <한국사회의 소통위기> (170-217쪽). 서울: 나남.
- 김은이 (2019). 문재인 정부의 청년 일자리 대책 관련 신문 기사의 키워드 분석: <조선일보>와 <한겨레> 기사의 의미 연결망 분석을 중심으로. <사회과학 담론과 정책>, 12권 2호, 49-76.
- 김정아·채백 (2008). 언론의 정치 성향과 프레임: 이해찬 골프와 최연희 성추행 사건의 보도를 중심으로. <한국언론정보학보>, 통권 41호, 232-267.

- 남길임·조은경 (2017). <한국어 텍스트 감성 분석>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 남현주·전종우 (2014). 한국 대학생들의 신문 구독에 영향을 미치는 요인. <광고연구>, 통권 101호, 128-154.
- 노현주·윤영철 (2016). 신문, 방송, 포털매체의 의견 다양성 비교분석: '통진당 해산 선고' 관련 보도를 중심으로. <한국언론학보>, 60권 6호, 68-99.
- 문중대 (1997). 정책에 대한 언론과 정부의 이해관계에 관한 연구: 투표 시장과 언론 시장과의 관계를 중심으로. <언론과 사회>, 통권 17호, 41-68.
- 박기수 (2011). 4대강 사업 뉴스에 대한 보도 프레임 연구: 경향신문, 동아일보 한국일보 등 3개 종합일간지를 중심으로. <한국언론학보>, 55권 4호, 5-26.
- 박상민·나철원·최민성·이다화·온병원 (2018). Bi-LSTM 기반의 한국어 감성사전 구축방안. <지능정보연구>, 24권 4호, 219-240.
- 박상민·엄창민·온병원·정동원 (2019). 온라인 뉴스 데이터를 활용한 AR-KNU 감성사전 기반의 대학 평판도 평가. <한국정보기술학회논문지>, 17권 3호, 11-21.
- 박재영·안수찬·박성호 (2014). 대통령 선거 보도의 기사품질, 심층성, 공공성의 변화: 1992-2012년 국내 주요 신문의 경우. <방송문화연구>, 26권 2호, 33-66.
- 박종희 (2016). 세월호 참사 1년 동안의 언론보도를 통해 드러난 언론매체의 정치적 경도. <한국정치학회보>, 50권 1호, 239-269.
- 박현식·김성해 (2014). 대통령 측근 비리에 관한 언론 보도 연구. <언론과학연구>, 14권 2호, 75-112.
- 배정환·손지은·송민 (2013). 텍스트 마이닝을 이용한 2012년 한국대선 관련 트위터 분석. <지능정보연구>, 19권 3호, 141-156.
- 손경수·윤영철 (2013). 매스미디어와 정치인 트위터 간 상호정보이용 행태 분석: 신문의 보도이념과 정치인의 이념성향을 중심으로. <한국언론학보>, 57권 3호, 162-188.
- 손승혜·이귀옥·이수연 (2014). 의료복지 기사의 주요 특성과 프레임 비교 분석: 김영삼 정부부터 이명박 정부까지 정권의 변화와 언론사의 이념적 성향에 따른 차이. <한국언론학보>, 58권 1호, 306-330.
- 송용희 (2007). 언론이 현실해석과 객관화 담론전략: 조선일보와 한겨레의 2004년 국가보안법 개폐 논쟁 관련 해설기사를 중심으로. <한국언론학보>, 51권 1호, 229-251.
- 송은지·이건호 (2014). 대통령의 선거개입 이슈 보도: 김영삼-이명박 대통령 시기 신문과 정권의 정파성에 따른 뉴스 분석. <한국언론학보>, 58권 3호, 228-250.

- 신병률 (2009). 시사만화에 등장한 노무현 대통령의 이미지에 관한 비교 연구: 조선일보 신경무 만평과 서울신문 백무현 만평을 중심으로. <언론과학연구>, 9권 3호, 284-319.
- 신수정 (2014, 6, 11). “글에서 감정을 읽다” 감성 분석의 이해. <IDG Tech Report>. URL: <http://www.itworld.co.kr/techlibrary/87940>
- 신판섭 (2020). 신조어 감성사전 기반의 소셜미디어 감성분석 시스템. <한국컴퓨터정보학회논문지>, 25권 4호, 133-140.
- 우병동 (2007). 뉴스보도의 객관성에 관한 연구. <사회과학연구>, 23권 3호, 49-66.
- 윤영철 (2000). 권력이동과 신문의 대북정책 보도: ‘신문과 정당의 병행관계’를 중심으로. <언론과 사회>, 통권 27호, 48-81.
- 윤영철·김경모·김지현 (2014). 의견 다양성을 통해 본 언론매체의 이념적 지형도: ‘경제민주화’ 이슈 보도의 의견 분석을 중심으로. <방송통신연구>, 통권 89호, 35-63.
- 이건호·고홍석 (2009). 취재원 활용을 통해 살펴본 한국 신문의 보도시각 고찰: 미국 쇄고기 수입 관련 기사에 나타난 취재원 신뢰도와 유인가 분석을 중심으로. <한국언론학보>, 53권 3호, 347-369.
- 이상기 (2014). 이중 잣대와 한국 언론: 인사청문회 보도에 나타난 이중 잣대(진영 논리)에 대한 비판적 고찰. <커뮤니케이션 이론>, 10권 2호, 284-324.
- 이완수·박재영 (2013). 방송뉴스의 언어와 표현: 뉴스언어의 객관성과 공정성을 중심으로. <방송과 커뮤니케이션>, 14권 1호, 5-46.
- 이완수·최명일 (2014). 한국 대통령 죽음에 대한 집단기억: 김대중노무현 대통령 사후평가에 대한 미디어의 언어구성. <한국언론학보>, 58권 5호, 123-152.
- 이원섭 (2006). 언론의 남북문제 보도에 나타난 이데올로기적 성향과 정부 정책 평가: 김영삼 정부와 김대중 정부 시기의 사실 비교분석. <한국언론정보학보>, 통권 35호, 329-361.
- 이원섭 (2008). 전시 작적통제권 환수 보도를 통해 본 조선일보 한겨레의 취재원 활용 양태 분석. <정치커뮤니케이션 연구>, 8호, 115-159.
- 이이제·송진 (2011). 방송 뉴스 시장의 관점 다양성: 대북 관련 보도를 중심으로. <한국언론학보>, 55권 6호, 277-303.
- 이현서·송민 (2018). 트럼프 취임 관련 국내 언론에서 나타난 감성과 거시 경제 지수 간 영향 관계: 텍스트 마이닝을 적용하여. <언론과학연구>, 18권 3호, 129-169.
- 이화행·이정기·최진호·정성호·강경수 (2015). 한국언론은 통일을 어떻게 바라보는가? 정권, 미디어 유형, 개별 언론사별 통일보도 내용분석을 중심으로. <한국방송학보>, 29권 2호, 220-259.

- 임영호 (2013). <신문원론> (제3판). 서울: 한나래.
- 임영호·최창식 (2020). 전국 일간지의 지리적 분포와 유형 간 경쟁 양상. <한국언론정보학보>, 통권 103호, 207-234.
- 전용주 (2006). 대통령 지지도 변화요인에 대한 연구: 한국의 대통령 지지를 변화를 설명하기 위한 이론적 모형의 탐색적 구축. <21세기정치학회보>, 16권 1호, 67-90.
- 정성욱 (2009). 객관보도의 위기와 전통의 힘: 당위의 지형과 사실의 지평. <언론정보연구>, 46권 1호, 5-35.
- 정지선·김동성·김종우 (2015). 온라인 언급이 기업 성과에 미치는 영향 분석: 뉴스 감성분석을 통한 기업별 주가 예측. <지능정보연구>, 21권 4호, 37-51.
- 정회경 (2001). 충청지역 신문의 지역주의적 보도성향에 관한 연구: 지역정당과 정치적 이슈보도를 중심으로. <언론과학연구>, 1권 2호, 141-164.
- 조은경 (2015). 감성 분석에서 함수적 어휘와 대하여성 추출. <한국어 의미학>, 47권, 1-26.
- 주성빈 (2019). 언론의 범죄 보도 행태에 관한 감성분석: 인권보도준칙 제정 전후 비교를 중심으로. <한국범죄심리연구>, 15권 2호, 127-140.
- 주영기 (2013). 한국 신문의 정치적 성향에 따른 기후변화 뉴스 프레임링 차이 연구. <언론과학연구>, 13권 3호, 591-626.
- 최선규·유수정·양성은 (2012). 뉴스 시장의 경쟁과 미디어 편향성: 취재원 인용을 중심으로. <정보통신정책연구>, 19권 2호, 69-92.
- 최진호·한동섭 (2012). 언론의 정파성과 권력 개입: 1987년 이후 13-17대 대선캠페인 기간의 주요 일간지 사설 분석. <언론과학연구>, 12(2), 534-571.
- 최현주 (2010). 한국 신문 보도의 이념적 다양성에 대한 고찰: 6개 종합일간지의 10개 주요 이슈에 대한 보도 성향 분석을 중심으로. <한국언론학보>, 54권 3호, 399-426.
- 한국ABC (2018). <신문부수 공사보고서 2017.1-2017.12>. 서울: 사단법인 한국ABC협회.
- 한무명초·김양석·이충권 (2017). 텍스트 마이닝 기법을 활용한 동남권 신공항 신문기사 분석. <스마트미디어저널>, 6권 1호, 47-53.
- 현기득·서미혜 (2019). 한국 정파언론 환경의 특수성은 보수와 진보 수용자의 매체 태도와 이용에 차별적 영향을 미치는가?: 적대적 및 우호적 매체에 대한 정파성 지각이 매체 신뢰와 이용에 미치는 영향. <한국언론학보>, 63권 2호, 46-76.
- 홍태호·김은미·차은정 (2017). 뉴스 감성분석과 SVM을 이용한 다우존스 지수와 S&P500 지수 예측. <인터넷전자상거래연구>, 17권 1호, 23-36.

대통령 관련 보도의 감성 분석과 정파성의 지형 신문별 감성지수의 차이, 일관성, 대통령 지지도와의 관계를 중심으로

최창식

(부산대학교 교육인증원 강사)

임영호

(부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)

그간 언론의 정파성에 관한 연구는 대표적인 일부 신문을 대상으로 보도 프레임이나 기사 작성방식을 내용분석하여 비교하는 방법이 주류를 이루었다. 이 때문에 정파성의 지형에 관한 연구 결과는 특정 이슈나 시기의 양상을 기술하는 정태적 수준에 머무르는 경향이 있었다. 이 연구는 좀 더 입체적이고 장기적인 경향 분석을 위해 빅데이터 분석기법의 하나인 감성 분석을 통해 언론 보도에 나타난 표현의 특징을 살펴보고자 하였으며, 이를 통해 감성 분석이 언론의 정파성 분석을 위한 하나의 방법론이 될 수 있는지를 탐색하였다. 분석대상은 2018~2019년 10개 종합일간지에 게재된 대통령 관련 정치 기사 9만여 건으로, KNU 감성사전을 이용하여 기사에 나타난 표현의 긍·부정 극성과 정도를 판별한 뒤 각 신문의 감성지수를 산출하여 기존의 정파성 연구들과 비교하였다. 분석 결과, 10개 신문 가운데 한겨레의 감성지수는 가장 강한 긍정 극성을 보였으며, 조선일보는 유일하게 부정 극성을 나타내는 등 신문마다 정파성에 따른 차이를 보였다. 전국지들의 감성지수 순위는 기존 연구들에서 제시된 신문들의 정치적 경향성과 밀접한 상관관계를 보여, 감성지수와 언론의 정파성이 연관되어 있음을 발견하였다. 그리고 신문 간에는 중심 경향성에서도 차이가 있어 상대적으로 감성지수의 일관성이 높은 신문과 낮은 신문으로 나누어졌다. 이러한 가변성을 설명하기 위해 대통령에 대한 여론 추이와 신문들의 감성지수가 어떠한 연관이 있는지도 살펴본 결과, 한겨레를 제외한 모든 신문의 정치 기사 감성지수는 대통령 직무수행 긍정 평가도와 연동되고 있었다. 이러한 결과들은 언론의 정파성의 정도는 정치적 성향에 따른 차이를 보이는 가운데서도, 가변적이며 상대적인 것임을 의미한다.

핵심어: 감성 분석, 언론 정파성, 정치 보도, 대통령