

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2022.8.2.209>

JCCT 2022-3-27

포스트 코로나 뉴노멀에 대한 대중감성 연구: 소셜미디어(SNS) 빅데이터 분석을 통해

Research on public sentiment of the post-corona new normal: Through social media (SNS) big data analysis

안명숙*

Myung-suk Ann*

요약 본 연구의 목적은 '포스트 코로나 뉴노멀'에 관한 소셜 미디어(social media) 빅데이터를 분석하여 한국사회에서 '포스트코로나 뉴노멀'에 대한 대중 인식을 감정 측면에서 살펴봄으로서 포스트 코로나 시대를 선제적으로 대처하기 위한 기초자료를 제공하는 것이다. 자료 수집 및 분석을 위하여 빅데이터 분석 프로그램인 '텍스톰' (textom)의 감성분석 프로그램을 활용하였다. 데이터 수집기간은 2020년 10월 5일부터 2021년 10월 5일까지 1년이고, 수집 채널은 다음(daum)과 네이버(naver)의 블로그, 카페, 트위터 및 페이스북으로 설정하였다. 이 채널에서 수집된 총 3,770개의 수집텍스트를 편집, 정제된 원문데이터가 본 연구를 위해 사용되었다. 분석의 결과는 다음과 같다. 첫째, '포스트 코로나 뉴노멀'에 대해 호감과 흥미 감성이 가장 높다. 즉 일상 회복과 기술 성장 및 새로워진 미래에 대한 기대 등 낙관적 감성이 77.62%로 주도적임을 알 수 있다. 둘째, 슬픔과 거부감 같은 부정 감성은 전체의 22.38%이나, 감성의 강도는 23.91%로 비율보다 높아 이 부정 감성이 강렬하다는 것을 시사한다. 본 연구는 '포스트 코로나 뉴노멀'에 대한 빅데이터 분석을 통해서 대중의 긍정 및 부정감성의 세부 요인분석의 기여도가 있다.

주요어 : 포스트 코로나, 뉴노멀, 빅데이터 분석, 긍정감성, 부정감성

Abstract In this study, detailed factors of public sentiment toward the 'post-corona new normal' were examined through social media big data sentiment analysis. Thus, it is to provide basic data to preemptively cope with the post-COVID-19 era. For data collection and analysis, the emotional analysis program of 'Textom', a big data analysis program, was used. The data collection period is one year from October 5, 2020 to October 5, 2021, and the collection channels are set as blogs, cafes, Twitter, and Facebook on Daum and Naver. The original data edited and refined a total of 3,770 collected texts from this channel were used for this study. The conclusion is as follows. First, there is a high level of interest and liking for the 'post-corona new normal'. In other words, it can be seen that optimism such as daily recovery, technological growth, and expectations for a new future took the lead at 77.62%. Second, negative emotions such as sadness and rejection are 22.38% of the total, but the intensity of emotions is 23.91%, which is higher than the ratio, suggesting that these negative emotions are intense. This study has a contribution to the detailed factor analysis of the public's positive and negative emotions through big data analysis on the 'post-corona new normal'.

Key words : Post-Corona, New Normal, Big Data Analysis, Positive Emotions, Negative Emotions

*정회원, 서울장신대학교 신학과 부교수 (제1저자)
접수일: 2022년 1월 27일, 수정완료일: 2022년 3월 1일
게재확정일: 2022년 3월 8일

Received: January 27, 2022 / Revised: March 1, 2022

Accepted: March 8, 2022

*Corresponding Author: msan67@hanmail.net
Dept. of Theology, SeoulJangsin Univ, Korea

I. 서론

이 연구의 목적은 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 관한 소셜 미디어(social media) 빅데이터를 분석하여 한국사회에서 ‘포스트코로나 뉴노멀’에 대한 대중 인식을 감성 측면에서 살펴봄으로서 포스트 코로나 시대를 선제적으로 대처하기 위한 기초자료를 제공하는 것이다.

‘포스트 코로나 뉴노멀’이란 코로나 이후 시대 변화에 따라 이에 대응하고자 새롭게 떠오른 표준을 의미한다[1]. 코로나 이후 ‘세계 미래의 현실이 우리가 살아온 과거와는 분명히 다르리라는 사실’은 확실시 되고 있다[2]. 이처럼 시대적 전환기를 맞이하여 현재 대중의 상황을 다각도로 살펴보고 촘촘하게 대응할 수 있는 조사와 연구가 필요하다. 이를 위해 본 연구에서는 한국사회에서 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 대하여 형성되고 있는 감성의 흐름을 거시적 수준에서 밝힘으로서 포스트 코로나 시대를 조망하고자 한다. 특히 사람들은 SNS 로 실시간 소통하면서 공론을 형성하기 때문에 빅데이터 분석을 통해 대중들의 생생한 인식과 동향을 파악할 것이다. 연구문제는 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 관한 현재 대중적 감성은 무엇인가? 이다. 본 논문은 2장에서 관련연구, 3장에서 연구방법, 4장에서 원문데이터의 감성 분석, 5장에서 분석결과, 6장 결론으로 구성하였다.

II. 관련연구

포스트 코로나 관련 연구는 국내외적으로 다양한 분야에서 2020년에 집중적으로 진행되었으며, 코로나 이후 재정의된 라이프 스타일, 뉴노멀(New Normal)에 대한 개념들이 제시되었다[3-4]. 뉴노멀 시대의 산업은 비대면의 일상화에 따른 인공지능 등 디지털 기반의 비대면 산업과 홈코노미(Home+Economy) 정착 가능성 및 다양한 형태의 언택트 산업의 가속화 방안에 대해 논의되고 있다[5-7]. 경제회복을 위한 ‘생태적 전망과 경제의 디지털화’[8] 및 ‘디지털 시민성’이 포스트 코로나 시대 중요해진 역량으로 다루어지고 있다[9]. 의료분야에서의 연구도 많이 진행되고 있다. 특히 ‘공동체의 건강’(Public Health)이 중요해지고, 개별화된 맞춤형 의료 체계구축을 제안한다[10]. 코로나 외상후 스트레스장애, 재택의료 시스템 등 정신건강분야의 중요성도 제시되고 있다[11-12]. 인문학 분야에서는 코로나19가 초래하는

우발적 죽음의 피해자와 유가족들에 대한 사회적 추모의 필요성과 더불어 탈육화 개념을 기반으로 포스트 휴먼 논의로 나아가고 있다[13-14]. 교육분야에서는 포스트 코로나 교육에 재난 대응 의미를 부여하고 있으며, 포스트 코로나 교육으로서 에듀테크 일상화, 학력격차, 계층격차 등 미래 사회변화에 대처하는 창의성에 대해 다룬다[15-16]. 문화예술 분야에서는 ICT를 활용한 언택트 문화의 능동적 성장을 위한 기반 구축 필요성을 예견한다[17]. 이윤호와 육성필의 연구[18]는 우리나라 재난심리 지원체계와 미국의 재난심리 지원체계 및 위기상담 프로그램을 비교하여 폭넓은 심리상담 서비스 제공의 필요성을 확인하였다. 국외 연구도 비슷하게 코로나 피해자와 치료자의 정신건강의 중요성을 보고한다[19]. 한편 우리사회에서 코로나 이후 정신건강은 경제위기와 무관하지 않으며 노인, 청소년, 대학생, 다문화 가정, 우울증, 신체질환, 중증 정신장애인, 긴급 경제 지원이 필요한 중년 남성, 재난지역, 자가 격리자, 유가족, 치료 의료진 등이 포스트 코로나 시대의 위험군이며, 코로나 블루와 관련된 자살률의 증가가 예견되기 때문에 고위험군에 대한 사회적 힐링이 제도적으로 마련될 것이 논의되고 있다[20-24]. 이상의 포스트 코로나 연구의 동향을 볼 때 감염병 이후의 삶을 위해 다양한 분야가 촘촘하게 각자의 위기 해법을 희망과 경각심과 변화의 측면에서 제시하고 있음을 알 수 있다. 그러나 위의 연구들은 주로 문헌 연구 중심으로 코로나를 몸으로 직접 경험하고 있는 대중의 생생한 인식에 대한 논의는 부족하다. 이에 본 연구에서는 소셜 미디어를 통해 실시간으로 생성되고 공유되는 ‘포스트 코로나 뉴노멀’ 담론 빅데이터를 분석하여 현장감을 더하고 더 나아가 SNS사례를 인용하여 질적 측면을 보완함으로써 기존 빅데이터 연구들과의 차별성도 추구하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구설계

본 연구자는 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 관한 현재 대중적 감성은 무엇인가? 라는 연구문제에 따라 연구설계는 관련연구를 살펴보고 포스트 코로나 뉴노멀에 대한 빅데이터 감성단어 분석을 통해 감성요인들을 살펴보는 것으로 구성하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 소셜네트워크 서비스(SNS)에 생성된 대용량 빅데이터 분석 방법을 활용하였다. 소셜 빅데이터 분석은 현재 한국사회의 동시대 대중인식을 살피고자 하는 연구목적에 적합한 방법이다. 본 연구 자료 수집 및 분석을 위하여 소셜 미디어의 방대한 데이터를 수집, 분석 및 정제함으로써 의미 있는 정보를 도출하는 빅데이터 분석 프로그램인 ‘텍스툼’ (textom)^[24]의 감성분석 프로그램을 활용하여 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 대한 대중감성을 살펴본다.

3. 분석개요

분석을 위해 선택한 수집 키워드는 표 1에 제시된 바와 같이 ‘포스트 코로나 뉴노멀’이다. 데이터 수집기간은 2020년 10월 5일부터 2021년 10월 5일까지 1년의 기간 동안이다. 수집 채널은 정보 접근성과 웹사이트 방문이 용이한 다음(daum)과 네이버(naver)의 블로그, 카페, 트위터 및 페이스북으로 설정하였다. 분석도구인 텍스툼(Textom)을 활용하여 네이버의 블로그(870건), 카페(670건), 다음의 블로그(860건), 카페(984건), 페이스북(292건) 그리고 트위터(94건)로부터 수집된 총 3,770개의 수집텍스트를 편집, 정제한 원문데이터가 본 연구를 위해 사용되었다.

표 1. 분석 개요
 Table 1. Analysis overview

수집 키워드	포스트 코로나 뉴노멀
데이터 수집기간	2020-10-05 ~ 2021-10-5
수집 채널	다음(블로그·카페), 네이버(블로그·카페), 트위터, 페이스북
분석 도구	텍스툼(Textom)
분석 대상	다음(블로그·카페), 네이버(블로그·카페), 트위터, 페이스북에서 수집된 3,770건의 수집텍스트로부터 정제와 편집을 거쳐 도출한 원문데이터
분석 모듈	MeCab
정제 방법	명사

4. 분석절차

분석 절차는 다음과 같다. 우선 데이터를 수집한 결과 ‘포스트 코로나 뉴노멀’의 총 3,770건의 수집리스트를 분석리스트로 생성하였다. 그 다음 문장부호나 조사 등을 제거하는 가정제를 거쳐서 편집한 원문 데이터를

업로드하여 원문데이터에 나타난 긍정 정서와 부정 정서를 파악하고 그 수치를 확인하는 감성분석을 하여 4,791건의 감성단어를 추출했다. 이를 통해 포스트 코로나 뉴노멀에 대한 대중인식의 감성요인을 분석할 수 있다. 마지막으로 소비자 계정 SNS 텍스트를 인용하며 감성요인 분석의 결과를 제시하였다. 분석절차는 그림 1과 같다.

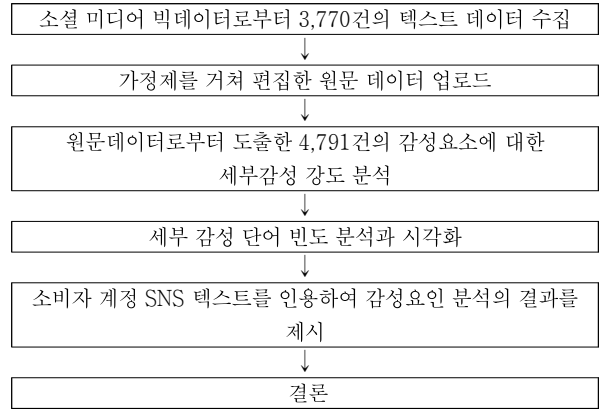


그림 1. 분석 절차
 Figure 1. analysis procedure

IV. 원문데이터의 감성분석

1. 긍정 및 부정 감성분석

편집한 원문 데이터를 업로드하여 감성분석 추출한 결과 4,791건의 감성요소가 도출되었다. 이에 대해 감성 강도분석을 통해서 Table 2와 같이 긍정 및 부정의 비율을 살펴 볼 수 있다. 즉 ‘포스트 코로나 뉴노멀’과 관련하여 긍정적인 감성은 전체 4,791건의 감성요소 중 3,719건으로 77.62%의 높은 빈도를 나타냈다. 부정적인 감성의 비율은 4,791건 중 1,072건으로 23.91%의 빈도 비율을 보이고 있다. 또한 감성강도비율을 빈도비율과 비교해볼 때 긍정빈도 77.62%보다 감성강도비율이 76.09%로 낮다는 것은 긍정감성이긴 하지만 강도면에서는 약간 낮다는 것을 의미한다. 부정감성의 빈도를 22.38%보다 감성강도비율이 23.91%로 부정의 비율이 약간 더 올라간 것은 부정 감정이 강도 면에서는 높다는 것을 의미한다. 따라서 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 대한 대중 인식의 감성 요소에서 부정 감성보다 긍정적 감성이 매우 높다.

표 2. 긍정 및 부정감성 분석

Table 2. Positive and negative sentiment analysis

구분	빈도(건)	감성강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	3719 / 4791	76.09	77.62
부정	1072 / 4791	23.91	22.38

2. 세부감성 분석

그 다음 세부 감성 시각화를 통해서 긍정 및 부정 감성을 세부감성화 하여 높은 비율의 감성이 무엇인지 확인한다. Textom 감성어 어휘사전은 긍정 및 부정 범주 안에 9개의 단어를 포함한다. 즉 긍정 감성단어로 호감, 흥미, 기쁨 3개의 단어가 있고, 부정 감성단어로 슬픔, 두려움, 놀람, 분노, 거부감, 통증의 6개의 단어가 있다. 또한 이 감성단어들은 50점을 만점으로 표준화되어 있다. 그림 2와 같이 ‘포스트 코로나 뉴노멀’에 대한 수 용자들의 세부감성의 강도 시각화를 얻을 수 있었다. 이 그림을 통해 부정 감성에서 ‘거부감’과 ‘슬픔’이 강도 높은 정서임을 알 수 있고, 긍정 감성 중에서는 ‘호감’과 ‘흥미’가 강도 높은 정서임을 알 수 있다.

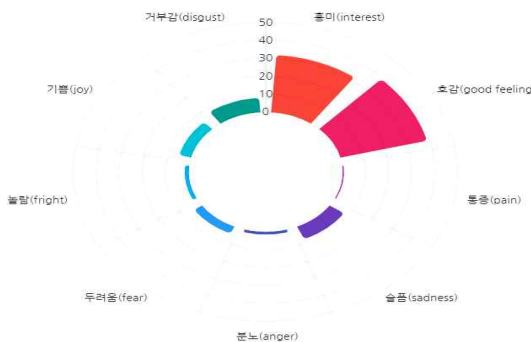


그림 2. 세부감성강도 시각화

Figure 2. Detailed emotional intensity analysis

3. 감성단어 빈도분석

감성 단어 빈도 분석은 ‘포스트 코로나 뉴노멀’ 관련 업로드한 원문데이터 중 Textom의 감성 어휘 사전을 이용하여 긍정 및 부정감정의 의미를 내포한 단어들을 ‘호감’, ‘흥미’, ‘기쁨’, ‘슬픔’, ‘두려움’, ‘놀람’, ‘분노’, ‘거부감’, ‘통증’의 9개 범주로 분류한 후, 7점 만점으로 순위를 매기고 빈도수를 보여준다. 예를 들어 단어 ‘흥미’에 내포된 의미를 표현하는 단어들에 ‘부럽다’와 ‘그저 그렇다’라는 단어가 있을 경우 ‘부럽다’라는 단어에는 7점,

‘그저 그렇다’라는 단어에는 1점을 주어 같은 흥미 안에 들어가는 단어라도 감성강도를 다르게 사진을 구축하여 놓은 것이다. 감성단어 빈도 분석을 위해 엑셀 형식의 원문 파일을 업로드하여 확인하게 된다. 그 결과 ‘호감’ 범주에 들어간 감성요소는 1746건수, ‘기쁨’ 범주에 들어간 감성은 261건, ‘흥미’ 범주에 1712건, ‘거부감’ 범주에

표 3. 감성단어 빈도수

Table 3. Emotional word frequency

감성 범주	세부 감성	세부감성요인	건수	빈도(%)
긍정	호감	좋다	1746	38.67
		성장하다		
		빠르다		
		안정적이다		
	기쁨	긍정적	261	5.37
		행복하다		
		최고다		
		감사하다		
	흥미	즐겁다	1712	32.04
		활기차다		
		새롭다		
		혁신적		
부정	거부감	특별하다	412	8.16
		기대하다		
		원하다		
		쉽다		
	두려움	어렵다	225	4.19
		복잡하다		
		난해하다		
		불편		
	슬픔	주의	285	7.67
		불안		
		걱정하다		
		위축되다		
놀람	무섭다	61	1.81	
	울다			
	힘들다			
	우울하다			
통증	포기하다	23	0.59	
	그리워하다			
	아프다			
	답답하다			
분노	지끈거리다	66	1.49	
	짜증			
	짜증			
	짜증			
total			4791	100%

412건, '슬픔' 범주에 285건, '놀람' 범주에 61건, '통증' 범주에 23건, '분노' 범주에 66건, 두려움 225건으로 나타났다. 긍정단어 중 가장 높은 빈도수는 '호감'인데, 호감의 세부 감성 단어는 '좋다', '성장하다', '빠르다', '안정적이다', '긍정적'의 강도 순으로 나타났다. 부정단어 중 가장 높은 빈도수는 '거부감'인데, 거부감의 세부 감성 단어는 '어렵다', '복잡하다', '난해하다', '불편', 의 강도 순으로 나타났다. 본 연구에서는 포스트 코로나 뉴노멀의 감성단어 빈도 기본 9개의 감성단어와 세부감성 단어를 상위점수 4-5개씩 분류하여 표 3.와 같이 제시하였다.

이러한 세부감성요인을 통해 '포스트 코로나 뉴노멀'에 대하여 '좋다', '새롭다' 등의 높은 빈도수의 긍정적인 감성을 투사하고 있음을 확인하였으며, 부정적인 감정으로 나타난 '어렵다', '울다' 등의 부정적 정서의 공감대도 형성되고 있음을 알 수 있었다. 이상 SNS 담론에 나타난 빅데이터 감성분석을 통해 포스트 코로나 뉴노멀에 대한 구체적인 세부감성 요인을 밝혔다. 다음으로 참여관찰자적 입장에서 소비자 계정 SNS 텍스트를 인용하며 감성 분석의 결과를 제시하고자 한다.

V. 분석결과

1. 포스트코로나 뉴노멀에 대한 긍정적 대중감성

1) 일상회복에 대한 호감.

최근 12개월간 대중의 '포스트 코로나 뉴노멀'에 대한 가장 높은 감성은 긍정적 감성인 '호감'으로로 전체 9개의 정서카테고리 중 38.67%에 달한다. 그 중에서도 '호감'의 주된 긍정적 요인 1위는 '좋다'이다. 그 외에도 '성장하다', '빠르다', '안정적이다', 등의 감성이 있다. IT 기술 성장의 동력을 받아 뉴노멀의 일상이 회복되고 있음에 대한 호감정서이다. 소비자 계정 SNS 텍스트 중 전형적인 사례는 다음과 같다.

뉴노멀의 생활이 정말 좋다. 나에게 있어서 가장 행복했던 순간은 내가 평범한 사람처럼 델리 메트로로 돌아갔을 때였다. 하지만 여기에도 또한 지켜야 할 규칙들이 많았다. 한 좌석 열은 한 사람만 앉게 하는 것이다. 안전이란 측면에서 이해할 수 있다.(<https://blog.naver.com/indairycafe/222109533850>)

2) 새롭게 변화하는 세계에 대한 기대

'흥미' 감성은 전체의 32.04%로 주된 긍정요인 1위는

'새롭다' 이다. 그 외에도 '혁신적', '특별하다', '기대하다', 등의 감성이 있다. 코로나로 인해 삶의 모든 부분이 바뀌고 있으며 세계관 자체의 변화가 일어나는 시대를 맞이한 기대의 정서가 있다. 소비자 계정 SNS 텍스트 중 전형적인 사례는 다음과 같다.

세계관이 변하는 중이다. 모바일 시대의 MZ 세대도 새롭고, 코로나 세계도 새롭다. 완전히 새로운 세계관이다. 뒷방으로 갈 것인가, 앞선으로 갈 것인가. 많은 것이 변하는 시대였지만, 코로나로 인해 훨씬 더 많은 것이 빨리 바뀌고 있다. 변해야 한다. 아니, 변해야만 한다. 변할 수 밖에 없는 시대에 우리는 살고 있다.(<https://blog.naver.com/smoker3/>)

2. 포스트코로나 뉴노멀에 대한 부정적 감성

1) 과거와는 다른 상황에 대한 거부감

부정적 감성으로 분류된 가장 강도 높은 상위 감성은 '거부감'이다. 5개의 부정 정서 카테고리 중에서 38.43% 이다. 부정정서 '거부감'의 주된 요인 1위는 '어렵다'이다. 그 외에도 '복잡하다', '난해하다', '불편'의 순으로 감성이 있다. 예전의 삶으로 돌아가기 어려운 현실이며, 뉴노멀 시대의 기술 발전에 대한 기대에도 불구하고, 온라인과 오프라인의 병행의 삶이 뉴노멀이 되어 버린 일상에 대한 좌절과 불편한 정서가 나타났다. 소비자 계정 SNS 텍스트 중 전형적인 사례는 다음과 같다.

엄청난 속도와 규모, 늘어나는 스트레스와 불확실성, 눈부시게 발전한 기술의 모습이지만, 좀더 들여다보면 그 안엔 인간의 좌절이 섞여 있다. 인간은 복잡성이라는 거미줄에 걸려 그 거미줄이 사람들을 시스템에 묶어둔다. 한 무더기의 코드와 패스워드를 관리해야하고 오프라인과 온라인의 균형을 잡는 일이 일상이 되었다. 이게 정상인가? 글썄, 뉴노멀로 생각할 순 있겠지만 그래도 복잡하다. (<https://blog.naver.com/dnvkd/222566543162>)

2) 잃어버린 것들에 대한 슬픔과 냉소주의

'슬픔'은 부정감성 중 두 번째로 높은 정서이며 슬픔의 주된 요인 1위는 '울다'이다. 그 외에도 '힘들다', '우울하다', '포기하다' 등의 감성이 있다. 과거로 돌아갈 수 없는 일상의 상실에 대한 슬픔이 나타나는 소비자 계정 SNS 텍스트 중 전형적인 사례는 다음과 같다.

눈물, 눈물, 또 눈물이지만 실제로 눈물을 흘리진 않는다. 그렇다고 눈물이 아닌 것도 아니다. 이런 뉴노멀상태에도 난

살 수 있다. 산다는게 원래 잃고 또 잃고 또 잃어가는거 아니냐며. (켈릭스@RoverCatFelixOct 6)

뉴노멀시대라니너무눈물난다ㅠㅠ(초등학교@kookmin_school.Apr 28, 2020)

한편 코로나로 인한 정서적, 사회적, 경제적 타격으로 인한 냉소주의가 뉴노멀에 대한 기대와 낙관주의에 반하여 강하게 드러나고 있다. 소비자 계정 SNS 텍스트 중 전형적인 사례는 다음과 같다.

우울증 환자들이 늘어나고, 자영업자들은 눈물흘리며 줄폐업하고, 알바생과 회사원들은 일자리를 잃고 실업자 신세고, 길거리에는 온통 포장배달 쓰레기들 뿐이다. 이것이 바로 코로나가바꾼 새로운 일상 '뉴노멀'이다.(천성길@chunsungkil·Jan)

포스트 코로나! 가진 자의 우월함 확인될테고~ 못가진 자 중 포기과 사활일테고~ 인간 죽음 가벼움이 체험될 것. (Onasis@bejkTwoKsDjnBr Jun 23, 2021)

VI. 결 론

본 연구에서는 소셜 미디어 빅데이터 감성분석을 통해 '포스트 코로나 뉴노멀'에 대한 대중 감성의 세부요인을 살펴보았다. 이에 따른 결론은 다음과 같다. '포스트 코로나 뉴노멀'에 대해 호감과 흥미가 높긴 하지만 슬픔과 거부감 같은 부정감성의 강도가 격렬하다. 이것은 코로나로 인해 잃어버린 일상에 대한 슬픔, 경제적 및 사회적 타격을 입은 계층의 생존위기에 대한 경각심이 있으며 낙관주의에 대한 냉소적 감성이 사회 한 측면에서 강하게 존재하고 있음을 시사한다. 따라서 뉴노멀 라이프에 대한 대중적 기대에 기술혁신을 통한 일상회복을 지원하는 동시에 코로나 팬데믹으로 인한 상실을 애도해야한다. 또한 경제, 심리적 상처를 입은 자영업자 등의 생존위기에 처한 구성원들을 위한 체계적 지원의 필요성이 시급하다. 본 연구는 '포스트 코로나 뉴노멀'에 대한 빅데이터 분석을 통해서 대중의 긍정 및 부정감성의 세부 요인분석의 기여도가 있다. 또한 뉴노멀에 대한 냉소적인 부정 감성에도 주의를 환기시켰다는 점에서 체계적 지원을 위한 기초자료로서의 의의가 있다. 본 연구의 한계점은 정량적 소셜 빅데이터가 자료를 분석함에 있어서 연구자의 주관이 개입되었을 가능성이 있다. 또한 데이터 수집 기간이 실시간적이기 때문에 실시간 반응조사로는 의미가 있으나 미래의 동향

예측에서는 신뢰도가 떨어진다. 그리고 데이터에서 성별이나 나이 및 사회맥락 관점의 고려가 이루어지지 않았다는 점도 이 연구의 한계이다. 따라서 후속 연구에서는 이런 점들을 보완하여 현상의 인구학적 고려의 필요가 있다.

References

- [1] <https://dic.daum.net>
- [2] MacMullin, Karen&Jerry, Paul, Cook, "Psychotherapist Experiences With Telepsychotherapy: Pre COVID-19 Lessons for A Post COVID-19 World", *JOURNAL OF PSYCHOTHERAPY INTEGRATION*, Vol. 30, no. 2, pp.248-264, 2020.
- [3] Jung Soo-hwan, "Your lifestyle is being redefined" communication window, Vol. 120, pp.73-77, 2020.
- [4] Zizek, Slavoj & Yoon, Taekwang. "Post-Corona New Normal," Seoul: Vision, 2020.
- [5] Seo Ji-won, "Post-Corona, Next Normal," *IBK Economic Research Institute*, No. 715, 2020.
- [6] Lee Young-han, Lee Kyu-won, Yang Myung-soo. "Post Corona Korea," Seoul: Hanul Academy, 2020.
- [7] Rossi, Elia& Balsa-Barreiro, José, "The Future of Work in the Post-COVID-19 World", *ECONOMIC & POLITICAL WEEKLY* 2020, Vol.55, no.44, pp.23-26, 2020.
- [8] Nguyen, Aiha, "On the Clock and at Home: Post-COVID-19 Employee Monitoring in the Workplace", *PEOPLE AND STRATEGY*, Vol.43, no.3, 30-33. 2020.
- [9] Kim Jin-sook, "Competency Became Important in the Post-Corona Era, Digital Citizenship," *Monthly Public Policy*, No. 176, p.22-25, 2020.
- [10]Gurwitz, Jerry H. John Wiley & Sons, "COVID 19, Post acute Care Preparedness and Nursing Homes: Flawed Policy in the Fog of War", *Journal of the American Geriatrics Society*, Vol.68,no.6,pp.1124-1125, 2020. <https://doi.org/10.1111/jgs.16499>
- [11].Liang, Xiao, Zhu, Yuncheng, Fang, Yiru John Wiley & Sons, "COVID 19 and post traumatic stress disorder: A vicious circle involving immunosuppression", *CNS NEUROSCIENCE AND THERAPEUTICS*, Vol.26, no.8, pp. 876-878, 2020. <https://doi.org/10.1111/cns.13431>
- [12].Klitzman, Robert L. Taylor & Francis, "Needs to Prepare for "Post-COVID-19 Syndrome", *AMERICAN JOURNAL OF BIOETHICS*, Vol.20, no.11, pp.

- 4-6, 2020. <https://doi.org/10.1080/15265161.2020.1820755>
- [13]Choi Hyuk, "Understanding Deaths in the Post-Coronavirus Era: Focusing on Heidegger and Sartre," *Philosophy Research*, No. 130, 303-332, 2020.
- [14]Kim Ae-ryeong, "The COVID-19 Crisis and the Sense of Posthuman," *Lyric poetry*, Vol. 30, No. 2, pp. 102-109, 2020.
- [15]Hwang Kyu-ho, "The Tasks of the National Curriculum in the Post-Corona Era," *Curriculum Research*, Vol. 38 No. 4, pp.83-106, 2020.
- [16]Murphy, Michael P. A. Taylor & Francis, "COVID-19 and emergency eLearning: Consequences of the securitization of higher education for post-pandemic pedagogy", *Contemporary security policy*, 2020, Vol.41, no.3, pp. 492-505, 2020. <https://doi.org/10.1080/13523260.2020.1761749>
- [17]Song Min-jung, "Changes in the Media Industry Ecosystem in the Post-Corona Era," *Broadcasting and Media*, Vol. 25, No. 4, pp.9-17, 2020.
- [18]Lee Yoon-ho, Yook Sung-pil, "Access and activities for effective crisis intervention in preparation for Post-Covid-19: Focusing on COVID-19 crisis intervention," *Korean Journal of Clinical Psychology*, Volume 39, No. 4, pp. 368-381, 2020.
- [19]MacMullin, Karen, Jerry, Paul, Cook, "Psychotherapist Experiences With Telepsychotherapy: Pre COVID-19 Lessons for A Post COVID-19 World", *JOURNAL OF PSYCHOTHERAPY INTEGRATION*, Vol. 30, no.2, pp.248-264, 2020. <https://doi.org/10.1037/int0000213>
- [20]Ki Sun-wan, "The real problem with post-COVID-19 is the suicide rate that will increase: Middle-aged Suicide with low self-esteem after retirement," *current affairs journal*, No. 1597, pp.42-43, 2020.
- [21]Go do-won, "Necessity of Social Healing to Overcome Corona Blue," *Data Collection of Response Strategies Seminar to Overcome Corona Blue*, pp.1-60, 2020.
- [22]Joo Young-jae, "Overcoming infectious diseases, the support is the social safety net: Even if you can't work due to infection, you need to preserve wages When the welfare state system is more firmly established," *Weekly Trends*, No. 1371, pp. 18-19, 2020.
- [23]Ann Myung-Suk, "A Public Perception Study on the new word "Corona Blue":Focusing on Social Media Big Data Analysis" *International journal of advanced culture technology(IJACT)*. Vol.8 no.3. pp. 133-139, 2020. <https://doi.org/10.17703/IJACT.2020.8.3.133>
- [24]Kim Kyung-Hee, Lee Ji-Young. "Relationship between smartphone addiction, visual display terminal syndrome, and learning flow among nursing students in the COVID-19 pandemic situation", *The Journal of the Convergence on Culture Technology(JCCT)*, Vol.8, No.1, pp.139-146, 2022.
- [25]<http://www.textom.co.kr>.

※ 이 논문은 2021년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(과제번호: 2021S1A5A2A01067180).