

자살 보도에 대한 미디어 간 의제 설정 분석: 빅데이터를 이용한 네트워크 의제 설정 모델 분석을 중심으로

김대욱

인천가톨릭대학교 디자인컨텐츠학과 교수

Exploring inter-media agenda-setting effects: Network agenda-setting model by using big-data analysis

Daewook Kim

Professor, Dept. of Design Contents, Incheon Catholic University

요약 이 연구는 한국 사회에서 심각한 사회문제로 인식되고 있는 자살 문제를 해결하기 위한 대안을 찾고자 20여 년간 미디어에서 자살문제를 어떻게 바라보고 있는지 네트워크의제설정이론을 기반으로 살펴보았다. 연구 결과에서 자살, 투신, 사망, 시도, 추정, 발견, 남성, 기도, 비판, 여성 등과 같은 핵심어들이 상위 10대 핵심어로 나타났고, 이러한 핵심어들은 유사하게 지속적으로 등장하는 것으로 나타났다. 또한, 신문과 방송에서도 비교적 유사한 형태의 보도 경향이 나타나며, 미디어 간 의제 설정 관계가 있는 것으로 추론된다. 이러한 결과를 통해서 자살문제를 해결을 위한 미디어 보도의 방향성에 대해서 대안을 고려해 볼 수 있을 것으로 기대한다.

주제어 : 자살보도, 신문, 방송, 네트워크 의제 설정, 미디어 간 의제 설정

Abstract Based on network agenda-setting theory, this study attempted to analyze media reports about suicide from 2000 to 2020 in order to find solutions for suicide problem in the Korean society. Results showed that top 10 key words in media were suicide, death leap, death, attempt, supposition, discovery, men, pessimism. Those key words were appeared similarly and contunually in the media. In addition, both newspapers and broadcastings had similar reports trend, so it is plausible to consider inter-media agenda setting relations between newspapers and broadcastings.

Key Words : Suicide reports, Newspaper, Broadcasting, Network agenda-setting, inter-media agenda setting

1. 서론

우리나라 자살률은 24.6명으로 OECD 회원국중 가장 높고, OECD 평균보다 2배 가량 높다[1]는 사실은 더 이상 놀랍지 않을 정도로 수년 동안 들고 있다. 하지만, 이렇게 수년 동안 듣는 이유는 그동안 상황이 나아지지 않고 있기 때문일 것이다. 즉, 우리나라의 자살문제가 심각

한 사회문제가 된 지 상당한 시간이 흘렀음에도 그 상황이 나아지지 않고 있는 것이다.

이렇게 자살률이 높은 주된 원인으로는 경제성장율, 실업 등과 같은 경제적인 상황과 연령, 결혼유무, 자녀유무 등과 같은 사회적 상황[2]등에 의한 것으로 일반적으로 보고 있다. 하지만, 경제적인 또는 사회적 상황이 달라진다고 해도 자살률이 변화되지 않는다는 연구 결과

*This research was supported by SBS Foundation

*Corresponding Author : Daewook Kim(simonkim1026@gmail.com)

Received March 18, 2021

Accepted May 20, 2021

Revised April 29, 2021

Published May 28, 2021

[3]도 나오고 있어서 자살 문제를 바라보는 데 있어서 보다 더 넓은 시각으로 바라볼 필요가 있다.

이러한 시각에서 최근에 제기되고 있는 것이 자살 문제에 대한 미디어 효과이다. 즉, 사람들이 자살 문제를 바라보는 데 있어서 미디어가 어떻게 바라보는지에 따라서 사람들의 인식이 달라질 것이라고 보는 것이다. 실제로 미디어의 자살 보도와 자살률이 밀접한 관계가 있다는 연구 결과[4]들이 제시되면서 이러한 시각을 뒷받침해 주고 있다. 하지만, 자살 문제를 바라보는 미디어의 시각을 체계적으로 분석한 시도가 아직 많지 않다.

따라서, 이 연구에서는 한국 미디어가 자살 문제를 어떻게 바라보고 있는지를 분석하여, 향후 자살 관련 인식을 개선하는 데 있어서 미디어의 역할을 제안해 보고자 한다. 이러한 목적을 달성하기 위해서 이 연구에서는 의미연결망분석을 이용하여 분석하였다. 의미연결망분석은 텍스트 속의 단어와 단어간의 관계 속에 담겨있는 의미를 파악하기 때문에[5] 다양한 미디어의 시각을 살펴볼 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 자살에 대한 미디어 효과

자살에 대한 미디어 효과 차원에서 논의되고 있는 것으로 점화 효과와 사회학습이론이 있다. 우선, 자살과 관련하여 점화 효과 연구자들이 주장하는 것은 사람들이 자살 관련 정보에 포함된 상징이나 의미들을 일상생활 속에서 무의식적으로 생각하게 된다는 것으로, 인기 있는 드라마나 영화 또는 뉴스 등에서 자살 관련 이슈가 많이 노출될수록 점화 효과가 증가하는 것으로 나타나고 있다[6]. 다음으로 사회학습이론에서 바라보는 자살 문제는 사람들이 미디어에서 전달하는 자살 관련 정보를 소비하면서 학습하게 된다고 생각한다. 즉, 미디어에서 전달하는 자살 정보에 포함되어 있는 자살자, 자살 동기 또는 원인 등과 같은 것을 사람들이 보고 배우게 되어 자살 행위에 적용한다는 것이다[7]. 이러한 시각을 바탕으로 일반적으로 많이 언급되고 있는 것이 베르테르 효과이며, 특히 자살자와 관련한 정보들이 동시성 될 경우에 사회학습효과는 높게 나타나는 것으로 일반적으로 보고 있다[8].

이와 같이 자살에 대한 미디어 효과 차원에서 바라보는 두 가지 시각들의 공통점은 미디어 노출이다. 즉, 미디어 효과가 발생하기 위한 전제조건은 반복적인 또는

많은 미디어 노출이다. 미디어에서 전달하는 자살 정보에 많이 또는 반복적으로 노출되어야 미디어 점화효과 또는 사회학습효과가 발생하는 것이다.

물론, 기본적으로 자살 관련 정보에 많이 또는 반복적으로 노출될수록 미디어 효과가 높아질 것이지만, 어떤 경우에는 한번의 노출로 평생의 기억으로 각인되는 경우도 있다. 또한, 사회학습효과를 가증시키는 자살자에 대한 동일시의 경우에도 자살자에 대한 정보를 많이 또는 반복적으로 노출되는 것 뿐만 아니라 정보가 어떻게 구성되어 있는지에 따라서 동일시에 대한 정도가 달라질 수 있을 것이다. 즉, 미디어의 노출 정도 뿐만 아니라 사람들의 인식에 영향을 미칠 수 있는 것으로 미디어가 정보를 어떻게 구성하는지를 살펴볼 필요가 있을 것이다.

2.2 미디어 메시지의 구성 분석: 네트워크 의제 설정 모델

미디어가 사회적 이슈에 대한 정보를 어떻게 구성하는지에 대한 중요성을 지지하는 시각으로 프레임링 이론은 미디어에 대한 노출 보다는 미디어 전달하는 메시지에 담긴 이슈의 특성을 강조한다. 즉, 미디어가 사회적 이슈의 어떤 특성에 집중해서 보도한다면, 사람들은 사회적 이슈를 바라볼 때 미디어가 강조한 특성에 집중하게 된다는 것이다[9].

이러한 프레임링 이론의 효과를 측정하기 위해서 일반적으로 미디어 메시지에 대한 내용분석을 시행하였다. 하지만, 내용 분석은 미디어 메시지를 유형화하고 분석하는 데 있어서 미리 작성된 분석틀(unit of analysis)을 사용하기 때문에 분석틀에 적용되지 않는 자료를 유형화하는 데 제약이 있다. 또한, 미디어 텍스트의 유형화 과정에서 연구자의 주관이 상당히 개입될 가능성이 높다는 점에 대한 비판도 제기되고 있다.

방법론적 비판을 보완하고 타당도를 높이기 위해서 네트워크 의제 설정 모델이 제안되었다. 네트워크 의제 설정 모델은 프레임링이론에서 강조하는 이슈의 특성을 살펴볼 수 있고, 추가적으로 특성들의 관계를 살펴볼 수 있다는 장점이 있다. 이러한 장점들로 인해서 명목적인 분류에 의한 분석 뿐만 아니라 이슈의 특성들의 관계에 포함되어 있는 의미를 살펴볼 수 있다[10]. 또한, 내용분석보다 다양한 텍스트 특성을 파악하고 유형화할 수 있다는 장점이 있다[11]. 따라서, 미디어 메시지가 포함하고 있는 특성들의 유형화 뿐만 아니라 그러한 특성들의 관계를 살펴볼 수 있다는 장점을 지니기 때문에 미디어가

자살을 어떻게 바라보고 있는지를 분석하는 틀로서 활용하기에 적합하다.

3. 연구 문제

이러한 논의들을 바탕으로 아래와 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구 문제 1: 미디어의 자살 보도에 나타난 주요 핵심어는 무엇이며, 이러한 핵심어들 사이의 연결 관계는 어떠한가?

연구 문제 2: 미디어의 자살 보도에 나타난 주요 핵심어들의 연결 관계는 시기별(2000-2005년, 2006-2010년, 2011-2015년, 2016-2020년)로 어떠한 변화가 있는가?

또한, 신문과 방송은 서로 각자의 메시지를 구성하는데 영향을 미치며, 이러한 것을 미디어 미디어 간 의제 설정이라고 한다. 자살 관련 보도에서도 이러한 미디어 간 의제 설정 관계가 있는지 아직 시도된 적이 없다. 따라서, 이 연구에서는 자살 보도에 대해서 미디어 간 의제 설정 관계가 있는지 검증하기 위해서 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구문제 3: 신문과 방송의 자살 보도에 나타난 주요 핵심어들은 무엇이며, 이러한 핵심어들 사이의 연결 관계는 어떠한가?

4. 연구방법

앞서 언급한 연구문제들을 살펴보기 위해서 이 연구에서는 2000년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지 21년 동안 종합일간신문(조선일보, 중앙일보, 동아일보)과 방송(KBS, MBC, SBS)에 나타난 자살 관련 보도를 수집하였다. 자료를 수집하기 위해서 한국언론진흥재단에서 운영하는 빅카인즈를 통해서 수집하였다. 빅카인즈를 통해서 수집된 자살 관련 기사는 총 5,783개였고, 이 중에서 자살과 직접적인 관련이 없는 이벤트성 또는 중복되는 기사들을 제외하고 최종 분석에는 5,232개의 기사를 활용하였다.

세부적으로 언론사별로 살펴보면, MBC가 1738개(33.2%), 중앙일보가 1521개(29.1%), SBS가 1278개(24.4%), KBS가 472개(9.0%), 조선일보가 125개(2.4%), 동아일보가 98개(1.9%)의 순으로 나타났다. 연도별로는 2000-2005년이 837개(16.0%), 2006-2010년이 1263개(24.1%), 2011-2015년이 2218개(42.4%), 2016-2020년이 914개(17.5%)로 나타났다.

이렇게 수집된 자료를 분석하는데 4단계를 거쳐서 의미연결망분석을 시행하였다. 1단계에서는 신문과 방송 보도에 나타난 단어나 개념에 대해서 빈도분석을 하였고, 2단계에서 형태소 분석을 시행하여 82개 단어를 분석 대상으로 선정하였다. 핵심어를 선정하는 기준으로 손칭난[12; 13에서 재인용]의 공식을 활용하였다.

$$n = (-1 + \sqrt{1 + 4D}) / 2$$

단, n=최종선정핵심어의 수, D=전체핵심어의 수

이러한 핵심어들은 전체 단어들의 네트워크에서 34.74%를 차지하는 것으로 나타났다. 세부적으로는 신문 보도에서 3908개의 명사가 추출되어 가장 비율이 높은 62개 단어를 분석 대상으로 선정하였고, 이들 핵심어는 전체 네트워크에서 29.08%를 차지하였다. 방송보도에서는 4394개의 명사를 추출하였으며, 전체네트워크에서 36.31%를 차지하는 69개 단어를 최종 분석에 활용하였다. 3단계에서는 선정된 82개 핵심어들을 한국어 텍스트 분석 프로그램인 KrKwic[14]을 활용하여 행렬자료를 생성하였고, 4단계에서는 행렬 자료를 바탕으로 Ucinet을 이용하여 최종적으로 의미연결망분석을 실시하였다.

5. 분석 결과

연구문제 1에서는 신문과 방송의 자살 관련 보도의 핵심어는 무엇이며, 이러한 핵심어들 사이의 연결 관계를 살펴보고자 하였다. 분석 결과에서, 상위 10대 핵심어로는 자살, 투신, 사망, 시도, 추정, 발견, 남성, 기도, 비판, 여성 등과 같은 핵심어들이 나타났다.

또한, 상위 핵심어를 좀 더 확대해서 살펴보면, 사건, 중학생, 우울증, 폭탄테러, 조사, 회장, 수사, 총격, 유서, 학생, 소동, 대구 등과 같은 핵심어들이 나타나고 있었다. 이러한 결과들은 자살보도에서 자살 원인이나 방법에 대한 언급이 많이 드러나고 있음을 알 수 있었다.

Table 1. Results of QAP correlation analysis

	2000-2005 year	2006-2010 year	2011-2015 year	2016-2020 year
2000-2005 year	1			
2006-2010 year	.623*	1		
2011-2015 year	.535*	.768*	1	
2016-2020 year	.392*	.678*	.744*	1

* $p < .01$

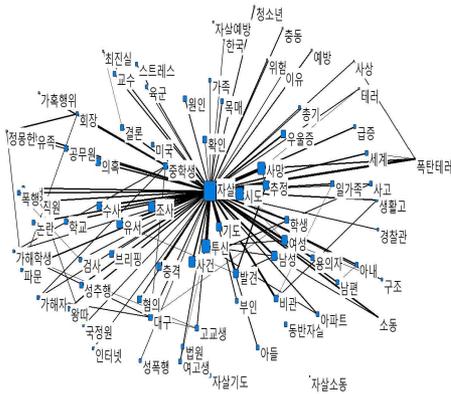


Fig. 1. Overall network of suicide-related media report

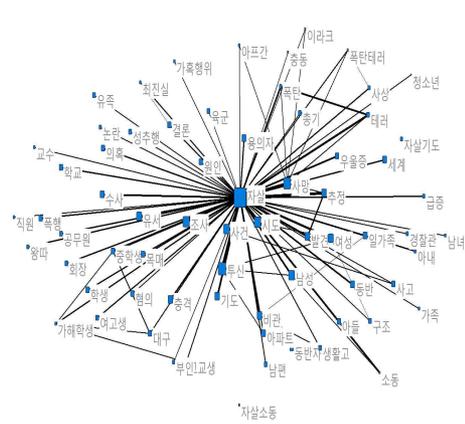


Fig. 2. Overall network of broadcasting stations' reports about suicide

연구 문제 2에서는 신문과 방송에서 나타난 자살 관련 보도들이 시기별로 어떠한 차이를 보이는지 살펴보고자 QAP 상관분석을 시행하였다. 분석 결과에서, 2000-2005년은 2006-2010년과 .623 ($p < .01$), 2011-2015년과 .535 ($p < .01$), 2016-2020년과 .392 ($p < .01$)로 나타났다. 2006-2010년은 2011-2015년과 .768 ($p < .01$), 2016-2020년과 .678 ($p < .01$)로 나타났다. 마지막으로, 2011-2015년은 2016-2020년과 .744 ($p < .01$)로 나타났다. 이러한 상관관계 분석 결과들은 전반적으로 높게 나타나, 전체적으로 비슷한 형태의 자살 관련 보도가 제시되었음을 알 수 있었다.

연구문제 3에서는 미디어별로 신문과 방송의 자살 보도에 나타난 주요 핵심어들은 무엇이고, 이러한 핵심어들의 연결 관계에 대해서 살펴보고자 하였다.

우선, 신문의 자살 관련 보도를 살펴보면, 자살, 투신, 시도, 사망, 우울증, 추정, 브리핑, 예방, 발견, 사건, 남성, 자살 예방 등과 같은 핵심어들이 상위 10대 핵심어로 나타났다. 방송 보도에서는 자살, 투신, 사망, 시도, 추정, 남성, 발견, 비판, 기도, 중학생 등과 같은 핵심어들이 상위 10대 핵심어로 나타났다. 이러한 핵심어들을 포함하는 신문과 방송 보도의 전체 네트워크를 Fig. 2,3을 통해서 살펴볼 수 있다.

이러한 신문과 방송에 나타난 자살보도가 어떠한 차이를 보이는지 구체적으로 살펴보기 위해서 QAP 상관관계 분석을 실시하였다. 분석 결과에서 자살 관련 신문 보도와 방송 보도의 관계는 .850 ($p < .01$)로 나타났다. 신문과 방송이 자살 관련 보도에서 상당히 높은 수준에서 유사한 경향을 보이고 있음을 알 수 있다.

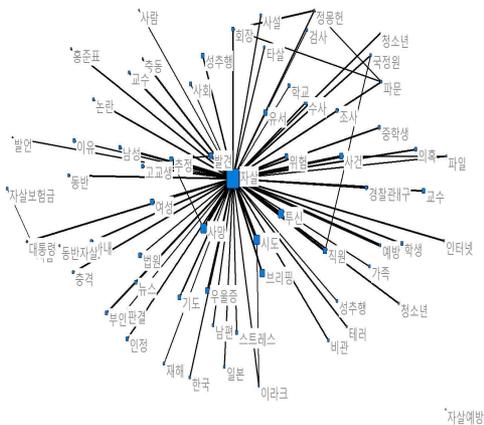


Fig. 3. Overall network of newspapers' reports about suicide

6. 결론 및 논의

이 연구는 수년 동안 한국 사회에서 심각한 사회문제로 인식되고 있는 자살 문제를 미디어가 어떻게 바라보고 있는지 네트워크의제설정이론을 기반으로 살펴보았다.

연구 결과에서 자살, 투신, 사망, 시도, 추정, 발견, 남성, 기도, 비판, 여성 등과 같은 핵심어들이 상위 10대 핵심어로 나타났다. 좀 더 확대해서 살펴보면, 사건, 중학생, 우울증, 폭탄테러, 조사, 회장, 수사, 충격, 유서, 학생, 소동, 대구 등과 같은 핵심어들이 등장하였다. 이러한 핵심어들은 시기적으로 유사하게 등장하며 지속적으로 나타난 것으로 나타났다. 또한, 신문과 방송에서도 비교적 유사한 형태의 보도 경향이 나타났다.

이러한 결과들을 통해서 생각해 볼 수 있는 점은, 첫째 미디어의 자살 관련 보도에서 자살 방식이나 원인에 대한 언급이 있었고, 이러한 경향은 지속적으로 유지되었다는 점이다. 앞서 논의한대로 미디어의 자살 관련 보도에 대한 영향력 때문에 한국기자협회, 보건복지부, 중앙자살예방센터에서는 2013년에 자살보도준칙을 제정하였고, 2018년에 자살보도준칙 3.0으로 개정하면서 지속적으로 자살방법, 도구, 장소, 동기 등을 언급하지 말 것을 강조하고 있다. 하지만, 본 연구의 결과에 나타나듯이 미디어는 투신, 비판, 우울증, 동반자살, 목매 등과 같은 자살 방식과 원인 등에 대해서 지속적으로 언급하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 우울증의 언급은 우울증을 겪고 있는 사람들에게 부정적인 영향을 줄 수 있기 때문에 자살 문제를 보도하는 데 있어서 우울증을 언급하는 것에 대해서 심각한 고려가 필요할 것이다.

둘째로, 이러한 자살보도 경향은 신문과 방송에 따라서 다르게 나타나기 보다는 유사하게 나타나는 것으로 나타났다. 앞서 논의한 미디어의 자살 관련 보도 경향을 세부적으로 신문과 방송에 따라 살펴보면 비교적 높은 유사성을 보이는 것으로 나타났다. 이것은 자살 관련 보도를 하는 데 있어서 미디어 간 의제 설정 관계를 가지는 것으로 볼 수 있다. 연구 결과를 바탕으로 고려해보면, 자살 문제를 다루는 데 있어서 신문과 방송, 상호간에 부정적인 영향력을 주고 있는 것을 알 수 있다. 즉, 부정적인 단어 또는 개념들의 사용 경향이 신문과 방송 사이에 부정적으로 활용되고 있는 것이다. 물론, 신문과 방송에서 자살 예방과 같은 노력을 하고 있지만, 이러한 보도의 비중이 그리 높지 않다. 따라서, 신문과 방송 모두 자살 문제를 바라보는 데 있어서 속보성, 이벤트성으로 바라보지 말고, 미디어의 영향력을 고려한 신중한 보도 태도

가 필요하다[15]. 이러한 연구 결과를 통해서 한국 사회에서 자살 문제를 해결하기 위한 미디어 보도의 방향성 차원에서 미디어가 자살 보도에서 민감한 부분들에 대한 세심한 고려가 필요하며, 이벤트성의 보도보다는 예방과 치유에 보다 신경 써야 할 것을 제안한다.

REFERENCES

- [1] Korea Suicide Prevention Center (2020). 2020 White Book, Seoul.
- [2] T. Song, M. Bae & K. Kim. (2005). *Suicide, Divorce, Crime, & Economy*. LG Economic Research Institute.
- [3] Y. Y. Chen, P. S. F. Yip, C. Lee, H. F. Fan & K. W. Fu. (2010). Economic fluctuations and suicide: A comparison of Taiwan and Hong Kong. *Social Science & Medicine*, 71(12), 2083-2090.
- [4] M. H. Ah, T. Lee, Y. Sim, S. O. Kim & J. P. Hong. (2015). Association between Media Reporting and a Lower Suicide Rate in 2012. *Journal of The Korean Neuropsychiatric Association*, 54(2), 216-221.
- [5] M. L. Doerfel & P. S. Marsh. (2003). Candidate-issue positioning in the context of presidential debates. *Journal of Applied Communication Research*, 31(3), 212-237.
- [6] M. Gould, P. Jamieson & D. Romer. (2003). Media contagion and suicide among the young. *American Behavioral Scientist*, 46(9), 1269-1284.
- [7] J. E. Pirkis, P. M. Burgess, C. Francis, R. W. Blood & D. J. Jolley. (2006). The relationship between media reporting of suicide and actual suicide in Australia. *Social Science & Medicine*, 62(11), 2874-2886.
- [8] M. Tousignant, B.L. Mishara, A. Caillaud, V. Fortin & D. St-Laurent. (2005). The impact of media coverage of the suicide of a well-known Quebec reporter: The case of Gaëtan Girouard. *Social Science & Medicine*, 60, 1919-1926.
- [9] M. McCombs. (2014). *Setting the agenda* (2nd ed.). Cambridge, UK : Polity Press.
- [10] L. Guo. (2013). Toward the third level of agenda setting theory: A network agenda setting model. In T. Johnson (Ed.), *Agenda setting in a 2.0 world: New agendas in communication*. (pp. 112-133). NY: Routledge.
- [11] J. W. Rhee & S. H. Kim. (2018). News frames in the coverage of fine-dust disaster: Application of Structural Topic Modeling. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 62(4), 125-158.
- [12] Q. L. Sun. (1992). The division of words of high frequency and low frequency. *Information Science*, 13(2), 28-32.

- [13] L. L. Zhang & H. J. Hong. (2014). Examining the intellectual structure of reading studies with co-word analysis based on the importance of journals and sequence of keywords. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 25(1), 295-318.
- [14] H. W. Park & L. Leydesdorff. (2004). Understanding the KrKwic: A computer program for the analysis of Korean text. *Journal of The Korean Data Analysis Society*, 6(5), 1377-1387.
- [15] D. Kim & M. Choi. (2016). Semantic Network Analysis on Suicide Reporting from 2005 to 2014 : The Chosun Il-bo and the Hankyoreh. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 60(2), 178-208.

김 대 욱(Daewook Kim)

[정회원]



- 2015년 5월 : Texas Tech University Mass
- 2018년 3월 ~ 현재 : 인천가톨릭대학교 디자인 컨텐츠학과 초빙교수
- 관심분야 : 공공캠페인, Semantic Network Analysis, 인식형성과정
- E-Mail : simonkim1026@gmail.com