

미디어의 성격별, 자살관련 보도의 스타일에 대한 분석: 인터넷 신문(대안지)과 전통적 신문(연장지)의 차이 비교

유 현 재*
(서강대학교)

송 지 은
(서강대학교)

본 연구는, 최근 또 다른 자살의 원인이 되는 것으로 인식되며 쟁점화 되고 있는 자살관련 언론 보도에 있어서 활용되는 미디어의 특성에 따라 기사의 내용과 성격이 어떻게 다른지에 대한 현실을 파악하는 내용분석 연구이다. 분석 대상으로는 5개의 전통적 신문 매체와 5개의 인터넷 뉴스 매체를 통해 대중들에게 실제로 전달되고 있는 자살관련 기사들을 활용하였으며, 2011년 상반기(2011년 1월 1일~5월 31일)에 집행된 모든 자살관련 기사물들을 주요 키워드로 검색하여 분석하는 전수조사를 실시하였다. 연구결과, 인터넷 매체(인터넷 신문: 대안지)를 통해 공급되는 자살관련 기사들이 자살의 방법에 대한 상세 표현과 자살자의 신상 소개, 기사 표제의 선정성 등 측면에서 전통적 인쇄 매체(전통적 신문: 연장지)에 비해 더욱 자극적인 것으로 나타났다. 또한 보다 적절한 자살관련 기사작성을 위해 자살예방협회와 보건복지부 등에서 요구하는 권고사항들은 인터넷 매체와 전통적 신문매체를 막론하고 그다지 엄밀하게 지켜지지 않고 있는 것으로 밝혀졌다.

주요용어: 자살관련 보도, 인터넷 신문, 전통적 신문, 내용분석

본 연구는 2011년도 한국연구재단의 지원에 의해 수행된 연구입니다(과제번호: 201133028.01).

* 교신저자: 유현재, 서강대학교(bus89@sogang.ac.kr)

■ 투고일: 2012.1.30 ■ 수정일: 2012.4.24 ■ 게재확정일: 2012.6.8

I. 서론

지난 2000년대 초까지만 하더라도 세계에서 소위 자살 공화국으로 불렸던 나라는 일본과 헝가리 등 이었다(정진욱, 2011). 하지만 상기 국가들은 그동안 모든 연령층에 확산되어 있던 자살을 줄이고자 다양한 노력을 한 것으로 알려졌으며, 그에 따라 가지적인 성과들이 보고되고 있다. 예를 들어, 일본의 경우 2006년 10월부터 범정부 차원의 자살대책을 추진하여 자살 예방을 위해 자살 실태의 명확한 파악, 자살 관련 상담원 등의 전문 인력 양성, 자살 미수자의 사후 관리, 지역적인 상담체제 내실화 및 민간단체와의 협력 등을 시행하였다(임정수 외, 2008). 또한 우울증 환자 등 자살위험이 높은 사람을 조기에 발견해 정신과 치료를 받을 수 있도록 하는 시스템을 마련하기도 했다(Yutaka Ono et al., 2008). 이 같은 활동을 통해 일본 정부는 확산일로에 있던 자살률을 감소시킬 수 있었고, 2016년까지 자살률을 20% 추가로 줄인다는 계획을 세우고 있다(정진욱, 2011). 한편 영국과 호주는 OECD 국가 가운데 상대적으로 자살률이 낮은 나라임에도 불구하고 모범적인 자살예방 정책을 실시하고 있는 것으로 알려져 있다. 영국은 자살 고위험군에 대한 즉각적이고 집중적인 치료를 제공하고 있는데 이들을 위해 응급실, 입원 병동에서 준수되어야 하는 서비스 지침 가이드라인도 광범위하게 배포해 놓았을 뿐 아니라 언론의 선정적인 자살보도를 막기 위해 건강분야 전문가들과 기자들이 함께 자살 보도에 대한 책임감을 논의하는 토론회도 개최되고 있다(지승희, 2008). 호주는 국가 차원뿐만 아니라 지역사회와 1차 의료현장을 중심으로 우울예방 및 치료 사업을 진행하고 있는 중이다. 호주 정부는 1차 의료기관에 철저한 연구에 의해 확보된 우울관리 지침을 배포하였으며, 이 지침은 우울 증상별로 우울증을 진단하고 치료하는 방법을 소개하고 있다. 호주는 공식적인 우울 예방사업 홈페이지(<http://www.beyondblue.org.au>)를 통해 우울에 대한 지침 및 임상적 정보, 우울환자 대처방법 등 상세한 정보를 제공하고 있는 중이다(뉴시스, 2011). 또 세계 보건기구는 자살예방을 위해 언론인 자료집을 배포하여 매스미디어가 자살을 보도할 때, 잠재적 자살자 방지를 위해 어떠한 태도를 견지해야 하는지를 상세히 권고하고 있으며, 자살보도에 대한 권고기준은 미국, 캐나다, 일본 등을 비롯한 해외 여러 나라에서도 이미 자체적으로 설정되어 널리 활용되고 있는 실정이다.

자살과 관련하여 비율이 급감하는 모범적 사례가 되고 있는 상기 국가들과는 달리

새롭게 자살공화국의 불명예를 안기 시작한 나라가 바로 우리나라이며(배준성·허태균, 2010), 통계청에 따르면 우리나라는 전체 OECD 32개국 가운데 최근 3년간 전연령에 걸친 자살률이 1위를 기록한 것으로 나타나고 있다(통계청 2010년 사망원인통계, 2011). 물론, 20대, 40대 그리고 65세 이상의 노년 연령층에서 특히 자살이 대중적으로 발생되고 있는 것은 사실이지만, 그 이외의 거의 모든 연령층에 걸쳐 자살률의 증가가 눈에 띄게 증가되고 있는 놀라운 현상은 국가 전체 차원에서 특별한 노력이 있어야 함을 시사하고 있다(신동아, 2011; 이희완·유현숙, 2011). 하지만, 해외 자살예방 프로그램들과 비교해 보았을 때, 우리나라의 자살예방에 대한 노력은 아직 미비한 실정에 머물러 있는 실정이다. 지속적 증가세를 보이고 있는 자살률의 배경 및 원인으로서는 어떠한 사안으로 연구자들은 더욱더 핵가족화, 깊어가는 가족 간의 갈등, 경쟁적인 사회 분위기, 심화되는 빈부격차와 이로 인한 공허감, 독거노인들의 증가, 입사와 취업에 의한 스트레스가 극화되는 구조 등을 지적하고 있다(서동우, 2003). 더불어 최근 주목을 받고 있는 주요 원인으로 자살관련 언론보도의 무분별한 정보과잉으로 말미암은 부작용이 거론되고 있는 실정임(김연중, 2005; 배준성, 2010). 일정 시간 정기적으로 노출되는 각종 미디어를 통해 어떤 형태의 자살관련 기사를 얼마나 접하느냐에 따라 자살에 관련된 사항에 대해 느끼는 시각 및 향후 행동 등에 주요한 변화를 일으킬 수 있다는 시각이 지배적이다(Phillips, 1974; Stack, 2003). 특히 자살관련 사건이 최근 빈발하면서 거의 모든 언론은 발생되고 있는 자살 사건들에 대해 가능한 선정적이고 자세한 정보를 제공하는 경향을 보이고 있는 것으로 보고되고 있다(김연중, 2005; 정승민, 2009). 이와 더불어 일부 연구자들은 과도한 자살관련 언론보도가 최근 더욱 증가하고 있는 자살 사건의 주요한 영향 중 하나일수도 있다는 견해를 밝히고 있기도 하다(김병철, 2010). 해외의 연구를 살펴봐도, 자살확산에 있어서 미디어의 자살관련 보도는 부정적인 영향을 끼친다는 연구는 지속적으로 이루어져 왔으며(Stack, 2000; 2003), 이로 인한 베르테르 효과와 모방자살을 언급한 연구들은 셀 수 없이 많은 실정이다. 자살에 대한 관련도는 사람마다 다를지라도, 무분별하게 쏟아져 나오는 자살관련 언론보도에 의해 보다 많은 대중들이 자살을 실제로 생각하게 하고, 일부에게는 더욱 극단적인 선택을 하도록 만드는 주요한 배경이 되고 있다는 것이다(Etzersdorfer et al., 2001; Gould, 2001).

또한, 자살상담 사례에 대한 내용분석 연구에 따르면, 잠재적 자살자의 경우 자살 관

런 언론 기사에 나오는 자살자의 자살방법, 원인, 장소 등을 통해 관련 정보들을 얻기도 하며 자살에 대한 공감 또는 동조를 하게 되거나 자살 충동을 느끼기도 하는 것으로 알려졌다(김병철, 2010). 따라서 잠재적 자살자에게 언론 특히 신문의 자살 보도량과 보도 방식은 일정 부분 영향을 미치는 것으로 해석할 수도 있겠다(김병철, 2010). 이 같은 관련 연구의 결과들은 언론보도에 대한 심층적 내용분석을 통해 자살관련 보도의 구체적 스타일들을 살펴볼 필요가 있음을 시사하는 것이다.

현재, 뉴스소비는 인터넷의 대중화, 생활화로 인하여 종이신문에서 포털 중심의 온라인 미디어로 대폭 이동하고 있으며, 이로 인해 새로운 뉴스 생산방식과 소비방식으로 변화되고 있는 실정이다(이재신 외, 2009). 하지만 온라인 저널리즘을 통한 부정적인 영향들 또한 나타나고 있는데, 이용자들은 온라인 기사 선택에 있어 선정성을 띤 제목을 선호하는 것으로 나타났으며(조수선, 2005), 이러한 이유로 온라인 기사 표제 작성시, 기자들은 말초적 흥미를 유발시키려는 목적을 지향하고 있는 것으로 나타났다(양진웅·김경호, 2006). 이 같은 트렌드는 자살관련 보도에 있어서도 예외가 아니기에, 본 연구는 상기 사항들을 매체의 유형에 따라 밝혀보고자 온라인 저널리즘의 두 가지 유형인 인쇄 신문의 전자판, “연장지”와 인터넷상으로만 뉴스를 제공하는 독립형 온라인 신문인 “대안지”로 나누어 자살관련 보도에 대한 내용분석 연구를 실시하고자 한다.

특정 보도내용에 의한 부정적 영향은 자살보도에 있어서도 예외는 아니며, 언론의 자살보도로 인한 베르테르 효과의 발생을 막고자 지난 2004년 7월 30일부터 보건복지부와 한국자살예방협회, 한국기자협회는 공동발의로 ‘언론의 자살보도 권고기준’이 공표되어 자율적으로 시행되고 있는 중이다. 본 연구는 자살관련 언론보도에 대한 심층적 분석들은 여전히 충분히 이루어지지 않은 실정에서(박재영 외, 2008), 축구선수 윤기원, 아나운서 송지선, 가수 채동하와 같은 유명인들의 자살 사건이 비교적 짧은 기간 동안 발생한 시점과 이에 대한 선정적인 온라인 관련 보도가 다양해지고 있는 상황에서 자살관련 보도가 행해지고 있는 모습을 고찰하려는 시도이다. 또한, ‘언론의 자살보도 권고기준’이 연장지와 대안지 간의 온라인 자살보도에 있어 얼마만큼 준수되었는지도 알아보고자 한다.

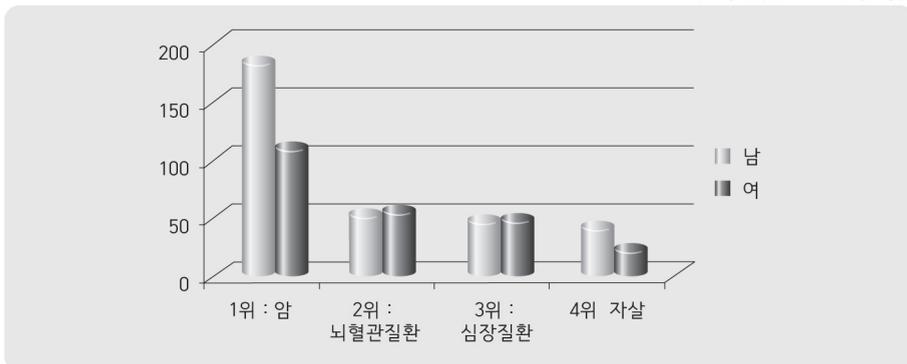
II. 연구의 배경

1. 한국 사회에 있어서 자살 사건의 심각성

현재, 대한민국은 자살의 위험성에 심각하게 노출되어 있는 상황으로 2010년 사망원인 통계자료에 따르면, 자살로 인한 사망은 인구 10만 명당 31.2명으로 사고사, 질병사 등을 포함한 전체 사망원인 순위 가운데 4위를 기록하고 있다. 또 10대, 20대, 30대 계층에서는 자살이 전체 사망원인 중 1위를 기록하고 있다(통계청, 2011). 결과적으로는 2010년 한해 자살로 인해 총 만 오천 오백 육십 육명(15,566명)이 전 연령에 걸쳐 스스로 목숨을 끊은 것이며, 이 같은 수치는 결국 34분마다 한 명씩 스스로 목숨을 끊었다는 결론이다. 경제협력개발기구(OECD) 회원국 가운데 자살사망률은 1위, 자살사망률 증가 속도 또한 1위를 기록하고 있는 것이 자살과 관련된 2011년 현재 대한민국의 자살 지표이다(신동아, 2011). 통계청이 발표한 연도별 사망원인 추이에 따르면, 2000년에는 전체 사망원인 중 8위에 머물렀던 자살은 2010년 현재 4위로 경중 뛰어 올랐으며, 2000년 인구 10만 명 당 13.6명이었던 자살자 수는 2010년 31.2명으로 늘어나 2000년 대비 153.6%나 증가한 것으로 나타나고 있다. 이는 지난 10년 동안 자살자의 숫자가 말 그대로 기하급수적으로 늘어났음을 증명하고 있는 것이다(통계청, 2011).

그림 1. 성별 사망원인 순위, 2010년

(사망률(인구 10만명 당))



자료: 통계청 사망원인통계(2011).

표 1. 연령별 3대 사망원인 구성비 및 사망률, 2010년

구분	1위	2위
1~9세	운수사고	악성신생물(암)
10~19세	고의적 자해(자살)	운수사고
20~29세	고의적 자해(자살)	운수사고
30~39세	고의적 자해(자살)	악성신생물(암)
40~49세	악성신생물(암)	고의적 자해(자살)
50~59세	악성신생물(암)	고의적 자해(자살)
60~69세	악성신생물(암)	뇌혈관 질환
70~79세	악성신생물(암)	뇌혈관 질환
80세 이상	악성신생물(암)	뇌혈관 질환

자료: 통계청 사망원인통계(2011).

표 2. 연도별 자살자 수 증가추이, 2000~2010년

(단위: 인구 10만명당)

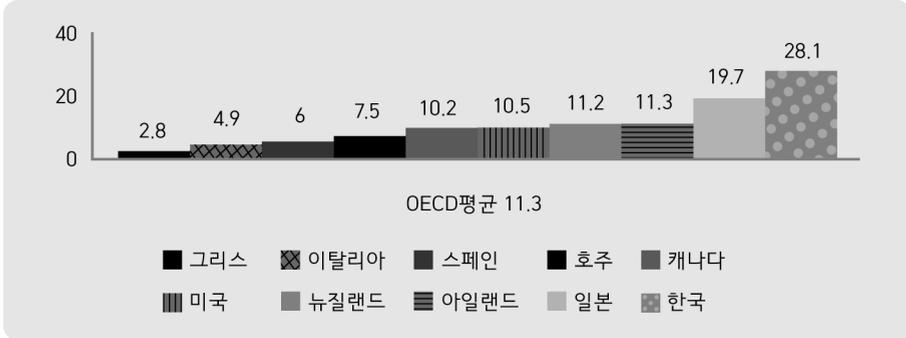
연도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
자살자 수	13.6	14.4	17.9	22.6	23.7	24.7	21.8	24.8	26.0	31.0	31.2

자료 : 통계청 사망원인통계(2011).

*OECD Health Data 2011: Statistics and Indicators for 34 Countries*라는 보고서에 따르면, OECD 국가의 인구 10만 명당 자살자수는 평균 11.3명을 기록하고 있는 것에 비해 우리나라는 OECD국가 평균보다 무려 2.5배 더 높은 28.1명으로 집계, 국가 신용부도 위기를 겪고 있는 그리스의 2.8명에 비해 약 10배 가까이 높은 것으로 나타났다. 2위 헝가리(19.8명)나 3위 일본(19.4명)과 비교해도 상당한 차이를 보이고 있는 상황이다(세계일보, 2011). 이처럼 우리나라의 자살문제는 우리나라뿐만 아니라 세계적 이슈로까지 인식되고 있는 실정이다.

그림 2. OECD 국가의 자살률 비교

(OECD표준인구 10만명당)



주: OECD 평균은 자료 이용이 가능한 33개 국가의 가장 최근 자료를 이용하여 계산됨
자료: OECD(2011). OECD Health Data2011: Statistics and Indicators for 34Countries.

이처럼 지속적 증가세를 보이고 있는 자살률의 배경 및 원인으로서는 어떠한 사안을 논의할 수 있을 것인가. 연구자들은 더욱 더 핵가족화 되는 가족단위, 가족 간의 깊어 가는 갈등구조, 경쟁만을 요구하는 사회분위기, 갈수록 심화되는 빈부격차에 따른 공허감, 독거노인들의 증가, 입시와 취업에 의한 스트레스가 극화되는 구조 등을 지적하고 있다(서동우, 2003). 더불어 최근 주목을 받고 있는 주요 원인으로 자살관련 언론보도의 무분별한 정보과잉으로 말미암은 부작용이 거론되고 있는 상황에서(김연중, 2005; 배준성, 2010), 언론의 무분별한 자살보도 또한 늘어나는 자살률에 대한 책임의 일부분에서 자유로울 수는 없을 것이다. 자살예방에 있어서 정부차원에서의 제도적인 예방 안 마련이 시급한 실정이지만, 각 언론사들의 보도에 대한 사회적 책임감이 더욱 강조되어야 할 것이다.

2. 자살관련 보도의 편재성, 관련 연구

가. 자살관련보도의 편재성과 베르테르효과

외국의 경우, 미디어에 의한 자살관련 보도가 자살확산에 중요한 영향을 미친다는 연구는 지속적으로 이루어져 왔다. 언론이 행하는 자살보도의 사회적 영향력을 밝힌 최초의 실증적 연구는 사회학자인 필립스에 의해 이루어진 것으로 알려진다. 그는 뉴욕타임

즈 (1948년부터 1968년까지)에 실린 자살관련 기사를 분석하였으며, 언론의 자살보도가 일종의 베르테르 효과(Werther Effect)를 일으킨다는 견해를 피력하였다. 즉, 신문에 자살관련 보도가 늘어날수록 모방자살(Copycat Effect)이 늘어난다는 사실을 수치로서 입증한 것이다(Phillips, 1974).

한편, 스택은 연예인이나 정치인에 대한 자살보도가 일반인보다 약 14.3배 더 높은 정도로 모방자살(Copycat Effect)을 야기할 수 있다는 사실을 밝혀냈으며, 언론의 자살보도가 소설이나 영화 속의 자살이야기보다 모방자살(Copycat Effect)에 약 4배 정도 심각한 영향을 미친다는 결과도 발표하였다. 또한, 신문에 의한 뉴스보도가 텔레비전 뉴스보다 약 82% 강력한 수준으로 모방 자살(Copycat Effect)을 불러일으키며 기사에서 자살에 대해 부정적인 결론을 제시할 경우, 모방 자살이 일어날 확률은 대폭 줄어들 수도 있다는 사실도 제시하였다(Stack, 2000; 2003).

연구자들에 따르면, 보도기간, 보도량 및 매체의 인지도 등이 후속 자살을 불러일으키는 효과와 밀접한 관련이 있는 변인들로 볼 수 있다고 하였다(Gould et al., 2003). 더불어, 자살과 관련된 사항에 대한 묘사가 자세할수록 더욱 부정적인 영향을 미치며 (Gould, 2001; Stack, 2000), 기사의 제목이 자극적이고 다수의 매체를 통해 반복적으로 자살보도가 이루어졌을 경우 모방 자살(Copycat Effect)의 확률은 더욱 높아진다는 사실 또한 밝혀졌다(Etzersdorfe et al., 2001; Gould, 2001).

배준성과 허태균은 300명의 우리나라 성인들을 대상으로 자살보도에 대한 지각, 기억, 태도, 그리고 자살보도의 부정적 그리고 긍정적인 영향을 측정했으며, 자살에 대한 태도와 행동을 폭넓게 측정한 바 있다. 연구 결과, 보도의 내용 중 모방 자살을 특히 증가시키는 요인으로 알려진 자극적 내용들을 보다 많이 기억했으며, 자살관련 보도를 통해 자살자가 얻은 보상에 대한 지각이 모방 자살에 대한 더욱 긍정적인 생각과 태도를 불러일으키는 것으로 보고되었다(배준성·허태균, 2010). 자살은 전염성이 높다는 명제는 이미 다양한 연구자들에 의해 가정사실화되었으며, 전염의 중요한 매개체로 미디어 보도들이 역할을 하고 있는 바, 이는 미디어가 광범위한 자살보도로 모방 자살을 촉발시키고 있다는 이유 때문이라고 하겠다(정승민·박영주, 2009)

자살예방협회가 지난 2011년 1월부터 7월까지 KBS·MBC·SBS·YTN 등 방송 4사와 주요 일간지 10개사의 보도 프로그램들을 대상으로 자살보도 권고기준의 준수 여부를 조사한 결과, 신문의 준수율은 약 26%, 방송의 준수 비율은 약 18%로 현저히 낮

은 것으로 밝혀졌다(한국기자협회, 2011). 언론중재위원회가 국회 문화체육 관광방송통신위원회 인형환(한나라당) 의원에게 제출한 자료에 따르면 2007년 1월부터 약 3년에 걸쳐 언론중재위원회가 시정권고를 내린 건수는 모두 1천308건이었으며, 이 중 자살 관련 보도를 대상으로 내려진 시정권고는 약 40%에 해당하는 528건으로 특정 주제 항목 가운데 가장 많았다(연합뉴스, 2011). 김연중(2005)의 연구에 의하면 언론이 자살보도를 함에 있어 그 내용이 사회적으로 보도할 가치가 과연 존재하는지, 독자들은 어떤 의미로 받아들일지, 잠재적 자살자들에게는 어떤 영향을 미칠지에 대한 고민 없이 기사를 노출시키는 행위는 대단히 위험할 수 있다고 한다. 현재 대중들에게 전달되고 있는 자살관련 기사들은 자살 장소나 방법 등이 지나치게 상세히 노출되어 있거나 자살의 원인이 단순화되어 있으며, 표제에 있어서도 대단히 자극적이거나 선정적인 표현을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 또한 자살자에 대한 공감을 표현하는 등 암묵적 동조를 하기도 하는 것으로 오인될 수 있는 표현들도 많은 것으로 나타났다. 따라서, 미디어를 통한 자살관련 보도들이 또 다른 모방 자살을 불러일으킬 수도 있다는 지적에도 불구하고, 자살관련 보도는 양적으로나 질적으로 여전히 많은 문제점을 양산하고 있다는 지적을 받고 있는 것이다(김연중, 2005). 현재 자살 시도자들이나 그로 인한 사망자가 급증하는 현상은 상당 부분 급증하는 미디어 보도의 영향으로 설명될 수 있다는 의견이 대두되기 시작하면서, 자살과 미디어의 관계, 나아가 자살보도에 미디어가 가져야 하는 책임의 수위, 그리고 윤리성 등 민감한 사안들이 연구주제로 떠오르고 있는 상황이다(정승민·박영주, 2009).

나. 사회학습이론(Social Learning Theory)과 모방자살

일반적으로 모델 그리고 학습자 사이의 유사성이 클수록 모델의 행동을 모방할 가능성은 높아지며(Bandura, 1973), 모방 자살은 자살을 학습하는 것으로 자살한 모델과 학습자(모방자)가 스스로를 동일시하여 자살을 학습하고 행동을 모방하여 마침내 모방 자살을 감행하게 된다는 것이다(정승민·박영주, 2008). 모방범죄의 개념은 추상적이고 포괄적인데, 모델이 되기 위한 1차적 범죄가 필요하며 그 범죄가 보도된 이후 시기적인 연관성을 필요로 하며, 그 양식 그리고 방식에 있어 동일한 요소를 가지고 있다는 조건이 성립해야만 한다(민형동, 2008).

사회학습이론(Social Learning Theory)에 근거하면, 모방 자살 시도자들은 각종 미디어 프로그램 및 보도 들을 통해 그들이 처한 문제를 어떻게 해결하는지 보고 배우고 판단하게 된다(배준성·허태균, 2010). 모방 자살은 자살시도자들이 그들이 현실에서 받고 있는 고통을 해결할 수 있는 해결책이 별로 없다는 관점에서 시작, 모델(자살자)이 그 문제를 해결할 수 있는 방법을 소개해주고 있다고 받아들일 수 있다(박상철·조용범, 1997). 미디어를 통해 자살보도에 반복적으로 노출되면 자살에 대한 억제력 즉, 본인의 생각과 행동이 약화될 수 있는 가능성이 있으며 특히 정보의 내용(기사, 음악, 영화, 도서 등)과 매체(텔레비전, 신문, 라디오, 인터넷 등) 그리고 수용자(관객, 시청자, 독자 등)가 포함될 수밖에 없는 미디어의 속성으로 인해 뉴스 보도가 수용자의 인지적 체계에 영향을 주고 태도변화를 초래한다는 것이다(배준성·허태균, 2010). 모방 자살에 미디어의 자살보도가 미치는 영향에 대해서도 수용자들의 자살에 대한 생각이나 태도 변화를 통해 일어나게 될 것이라는 점이 이 같은 논리의 핵심이다(김병철, 2010; 김인숙, 2009). 비행[자살보도]의 접촉빈도, 기간, 우선성, 강도에 따라 그 범죄에 대한 학습의 정도가 달라진다는 연구결과가 있다(김준호 외, 2003). 미디어를 통해 폭력[자살보도]을 처음 접하게 되면 민감화(sensitization) 작용이 일어나게 되어 폭력[자살]에 대해 두려움의 환기가 일어나지만, 반복적인 접촉[반복적 자살보도]은 이에 대한 민감도를 낮추는 결과를 초래하게 되어 결국 폭력[자살]에 대해 무감각한 인식과 반응을 생산해 폭력[자살]을 상대적으로 쉽게 수용하게 만들 게 되는 것이다(유상미, 2009).

3. 자살보도 권고기준

자살보도에 대한 권고기준은 미국, 캐나다, 일본 등을 비롯한 해외 여러 나라에서 이미 자체적으로 설정되어 널리 활용되고 있으며, 세계 보건기구 또한 자살예방을 위한 언론인 자료집을 통해 매스미디어가 자살보도를 수행함에 있어 잠재적 자살자를 방지하기 위해 어떠한 태도를 견지해야 하는지 또한 상세히 권고하고 있다. 우리나라에서도 지난 2004년 7월 30일부터 ‘언론의 자살보도 권고기준’이 공표되어 자율적으로 시행되고 있는 중이다. 지난 2004년 보건복지부와 한국자살예방협회, 한국기자협회는 공동발의로 “언론보도 권고기준”을 준수하여 보도할 것을 결의하였고, 특별히 모방 자살이나 베르테르 효과를 방지하기 위해 자살방법에 대한 자세한 묘사, 영정사진 게재, 자살원

인에 대한 추측기사 등은 자제할 것을 강력하게 제안해놓은 상태이다. 자살사건은 당연히 언론의 정당한 보도 대상이지만, 공중에게 미칠 수 있는 부정적 영향에 대하여 충분한 예민성과 책임감을 가지고 신중히 보도할 것을 권하고 있는 “언론보도 권고기준”의 주요 내용은 다음과 같다.

표 3. 자살보도에 대한 권고기준

언론은 자살에 대한 보도에서 매우 신중해야 합니다. 언론의 자살 보도 방식은 자살에 영향을 미칩니다. 자살 의도를 가진 사람이 모두 이를 실행에 옮기는 것이 아니며, 자살 보도가 그 계기가 될 수 있기 때문입니다. 더 나아가 자살 보도는 사람들이 삶의 어려움을 극복하기 위한 한 방법으로 자살을 고려하게 만들 수 있습니다. 자살이 언론의 정당한 보도 대상이지만, 언론은 자살 보도가 청소년을 비롯한 공중에게 미치는 영향에 대해 충분한 예민성과 책임감을 가져야 합니다. 우리는 언론인들이 자살에 대한 보도에서 아래의 가이드라인을 지켜주실 것을 권고합니다.

첫째, 언론은 자살 보도에서 자살자와 그 유족의 사생활이 침해되지 않도록 주의를 기울여야 한다. 중요한 인물의 자살과 같은 공공의 정당한 관심의 대상이 되는 사건이 아닌 경우에는 자살에 대한 보도를 자제해야 한다.

둘째, 언론은 자살자의 이름과 사진, 자살 장소 및 자살 방법, 자살까지의 자세한 경위를 묘사하지 않아야 합니다. 다만 사회적으로 중요한 인물의 자살 등과 같이 공공의 정당한 관심의 대상이 될 수 있는 경우에 그러한 묘사가 사건을 이해하는데 필요한 경우는 예외이다.

셋째, 언론은 충분한 정보가 없는 정보로 자살동기를 판단하는 보도를 하거나, 자살동기를 단정적으로 보도해서는 안 된다.

넷째, 언론은 자살을 영웅시 혹은 미화하거나 삶의 고통을 해결하고 방법으로 오해하도록 보도해서는 곤란하다.

다섯째, 언론이 자살 현상에 대해 보도할 때에는 확실한 자료와 출처를 인용하며, 통계 수치는 주의 깊고 정확하게 해석해야 하고, 충분한 근거 없이 일반화하지 말아야 한다.

여섯째, 언론은 자살 사건의 보도 여부, 편집, 보도 방식과 보도 내용은 유일하게 저널리즘의 기본 원칙에 입각해서 결정하며, 흥미를 유발하거나 속보 및 특종 경쟁의 수단으로 자살 사건을 다루어서는 안 된다.

한국자살예방협회(2004).

표 4. 실천 세부내용

<p>[1] 자살은 전염된다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 자살에 대한 보도는 대중의 모방자살을 부추길 수 있다는 사실을 항상 명심하자. ○ 자살이 유행하고 있다거나 특정 지역의 자살률이 세계에서 가장 높다는 등의 표현을 피한다.
<p>[2] 자살은 다수의 복합적인 원인들에 의해 발생한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실연, 실업, 질병 등의 고통스러운 사건들 자체가 유일한 자살의 원인은 아니다. ○ 자살자의 90% 이상이 사망 당시 정신 질환을 앓고 있었지만 드러나지 않은 경우가 많다. ○ 유명인사의 자살은 일반인의 자살보다 모방을 유발하기 쉽다. 유명인사의 자살이 특별한 주목을 받더라도 그의 개인적인 매력이나 명성 때문에 정신건강상의 문제나 약물 남용 문제가 가려지지 않도록 해야 한다.
<p>[3] 자살 보도문에서의 언어적 표현이 자살의 전염성을 높일 수 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 헤드라인에 자살이라는 말을 쓰거나 사인이 자해라고 표시하는 것은 위험하다. ○ 자살한 사람의 신분에 상관없이 헤드라인에 이름, 나이, 거주지를 밝히는 것은 좋지 않다. ○ ‘자살’, ‘자살하다’ 보다는 ‘자살로 사망하다’라고 쓰는 것이 바람직하다. 전자의 표현은 기사의 초점이 죽음에 국한되어 있거나 그 죽음을 꺾어시키는 것을 암시할 수 있다. ○ ‘자살 사망’ 혹은 ‘자살 미수’란 표현이 ‘자살 성공’ 내지 ‘자살 실패’라는 표현보다 바람직하다.
<p>[4] 자살 보도문이 암시하는 태도가 자살의 전염성을 높일 수 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 자살이 사회적이거나 문화적인 변화 내지 타락 때문에 일어나고 있다는 식의 오해를 불러일으킬 수 있는 언급을 삼간다. ○ 자살한 사람을 순교자로 미화하거나 자살 행위 자체를 용감하거나 아름다운 행위로 묘사할 경우, 자살 가능성이 있는 사람에게 자살을 실행에 옮기도록 부추길 수 있다. 그보다는 자살한 사람의 사망 사실에 대한 애도를 강조해야 한다.
<p>[5] 자살사건의 특성도 모방자살에 영향을 줄 수 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 특히 유명인사일 경우 자살을 흉미위주로 다루는 것을 피해야 한다. 유명인의 경우에는 그 사람이 앓고 있었는지 모르는 정신질환 문제에 대해 반드시 언급해야 한다. 특히 자살한 사람이나 자살 장면, 자살 방법에 대한 사진 등을 게재하지 말아야 한다. 1면 머리기사로 실는 것은 결코 바람직하지 못하다. ○ 특히 자녀를 포함한 가족동반자살의 경우 희생된 아이들과 그 아이들을 살해한 부모의 비정함에 초점을 맞추는 경우가 많은데, 이런 경우 자살을 결심한 부모에 대한 정보가 전달되지 못하거나 왜곡될 수 있으므로 주의를 기울여야 한다.
<p>[6] 어떤 방법으로 자살했는지에 대해 자세하게 묘사하는 것은 매우 위험하다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 연구에 의하면, 자살에 대한 미디어 보도는 자살 빈도보다는 자살 방법에도 큰 영향을 미친다. ○ 특정한 절벽, 고층빌딩, 철도 같은 전통적으로 자살이 자주 발생하는 곳을 보도하면 대중의 관심을 환기·집중시켜 더 많은 사람들이 그 장소를 선호하게 된다(예: 한국의 반포대교).
<p>[7] 자살로 인해 일어날 수 있는 부정적인 결과를 함께 밝혀준다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 자살에 대한 기사에는, 자살에 대한 편견과 정신적 충격으로 그 가족이나 주위 사람들이 겪을 고통이 언급되어야 한다. ○ 자살을 시도했으나 실패하여 신체적 후유증(뇌 손상, 사지마비 등)을 입을 수 있음을 자세히 보도하면 자살을 억제하는 효과를 거둘 수 있다.
<p>[8] 자살보도시 자살을 극복할 수 있는 정보도 함께 전달해야 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 자살률의 추이와 자살 위기에 놓인 사람들을 위한 최신 치료법을 알려 준다. ○ 자살한 사람이 자살하는 대신 선택할 수 있었던 대안을 함께 알려 준다. (위기상담을 할 수 있는 곳의 전화번호와 인터넷 사이트 주소 등) ○ 치료나 상담을 받고 위기를 넘긴 사람의 사례를 보도한다.
<p>[9] 시민들이 자살에 대해 보다 정확하게 알 수 있도록 도와야 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 자살에 대한 편견을 소개하고 자살에 대한 정확한 이해를 돕는 정보를 포함한다. ○ 통계수치는 반드시 주의 깊고 정확하게 해석하여 인용해야 한다. ○ 자료 출처는 정확하게 제시한다. ○ 자살 예방 전문가들의 조언을 정기적으로 제공한다. ○ 죽음을 가볍게 여기거나 터부시하지 않고 진지하게 이야기 할 수 있는 사회분위기를 조성한다. ○ 시민 자신과 가족의 정신건강을 체크하고 위기에 대처할 수 있도록 자살 징후가 무엇인지, 그런 징후를 발견하면 어떻게 대처해야하는지를 설명한다.

출처: 한국자살예방협회

언론보도 권고기준(2011. 5. 27).

언론보도 권고기준을 바탕으로 자살보도에 대한 내용 분석틀에 있어서 자살에 대한 보도 태도¹⁾는 사용된 언어나 기사의 전반적 내용이 은연 중 자살자에 대한 이해나 호감, 자살 행위에 대한 공감 여부 등을 표방하였는지 자살 행위를 비난, 자살자에 대한 질책 등 자살에 대한 분명한 반대 태도를 표방하였는지 여부로 나누었으며, 기사표제와 내용에 있어서의 선정적 표현²⁾ 여부는 극단적 표현, 추측, 의혹 표현, 비속어, 악어, 신조어 표현 여부와 주장, 강조 표현 여부로의 4가지 틀로 정의하며, 각 표현들과 관련된 조작적 정의는 연구방법을 통해 언급할 예정이다.

기사내용의 표현 정도³⁾는 자살자에 대한 공감 및 감정적 동의 즉, 자살이유에 대해 공감이나 이해 또는 동정심을 표시하고 있는지와 자살에 대해서 미화하고 있는지의 여부, 자살 방식을 소개하고 있는지 여부로 정의하였으며, 기사 표제에 ‘자살’ 단어 포함 여부와 기사내용에 있어 자살자의 신상공개, 유서공개, 자살 방법 소개, 현장 묘사, 자살자 사진 공개, 자살 장소 사진 공개, 원인 단순 서술, 자살 행위 미화, 자살자 미화, 자살을 문제 해결 수단으로 인정, 자살률의 최근 경향, 자살에 대한 치료 및 발전 양상 소개, 치료 및 상담을 통한 극복 사례, 자살 징후 소개, 자살 위기에 처한 다른 사람을 돕는 방법, 자살에 대한 경각심 언급(가족 고통, 후유증 등), 대안 및 해결책 제시 여부로 언론보도 권고기준 준수 여부를 정의하는 바이다.

4. 온라인 저널리즘 유형, 기사유형 그리고 현상

김유정과 조수선의 연구(2003)에 따르면, 인터넷을 통해 언론의 기능인 뉴스를 제공하고 있는 온라인 저널리즘은 두 가지 유형으로 분류된다. 첫 번째는 인쇄 신문의 전자판이라는 표현이 더욱 정확하다고 판단되는 “종속형” 또는 “연장지”로 지칭되는 온라인 신문이며, 언론사인 오프라인 모기업에 기반을 둔 전통적 언론지로서 기능하고 있다고 볼 수 있겠다. 반면 모기업이 오프라인에 존재하지 않고 독립된 기자들에 의해 인터넷상에서만 뉴스를 제공하고 있는 독립된 온라인 신문인 “대안지”가 존재한다(김유정·조수선, 2003). 윤영철(2001)의 정의에 따르면, 연장지는 기존의 언론매체가 가상공간

1) 김연중(2005). 자살보도 권고기준과 한국신문의 자살보도 행태 분석
2) 박정민(2008). 인터넷 뉴스의 선정성. 한림대학교 석사학위 논문
3) 김연중(2005). 자살예방전문가가 권고하는 언론의 자살보도기준(2004)

을 이용하여 뉴스 서비스를 통신 이용자들에게 전달하는 영역이며, 대안지는 오프라인에서는 존재하지 않으나 온라인에서만 존재하는 신문을 일컫는다고 볼 수 있다. 신문사가 운영하는 온라인 신문인 연장지와 오프라인 신문사 없이 운영되는 대안지에 대해 이용자의 인식을 비교 분석한 김유정과 조수선의 연구결과를 살펴보면, 매체에 대한 기본적 선호도는 대안지가 연장지보다 높았으며, 질(Quality)과 대표성 그리고 전체적인 인식측면에 있어서는 연장지가 비교적 긍정적으로 평가되었다(김유정·조수선, 2003).

기사는 분류기준에 따라 여러 방법으로 정리될 수 있으나 일반적으로 ▲보도기사 ▲해설 기사 ▲논설 기사 ▲단평 기사 ▲안내 기사 등으로 나뉘며 연성뉴스와 경성뉴스로 나눌 수 있다. 포털 뉴스이용이 보편화 되면서 온라인 뉴스의 연성화 논란이 대두되고 있다(박광순·안종목, 2006). 공적 내용이 추가 되는 경성뉴스는 민주사회의 성원으로 알아야 하는 주요 사안을 담고 있지만, 연성뉴스는 공공성이 아닌 사건이나 인물 중심으로 선정적 뉴스를 주로 담는다(최영·박창신, 2009). 특히 많은 조회 수를 기록해야 하기 때문에 포털 뉴스 화면에서 높은 클릭을 유도하기 위해 이용자들이 선호하는 연성뉴스의 비중이 높아지고 있으며(이재신 외, 2010), 경성뉴스보다 연성뉴스가 오랫동안 게시되는 경향이 있다는 것을 밝혀냈다(최민재·김위근, 2006).

또 온라인 뉴스는 속보성으로 인해 언론사에 오보의 부담을 가중시키고 있으며(권상희 외, 2007), 인터넷은 매체의 속성 상 신중하고 비판적인 접근 자체가 어렵다는 한계가 엄연히 존재한다. 이 같은 이유로 하여 일부 연구자들은 온라인 뉴스는 때로 단순한 정보의 통로 위주 기능을 수행할 뿐, 언론사 내부에서 진행되는 검토의 과정이 대부분 결여됨으로써 게이트 키퍼 기능이 부재할 수 있음을 지적하기도 하였다(김사승, 2003). 전통적 인쇄 신문과 인터넷 신문의 기사표제 차이에 대한 연구에 의하면, 인터넷 신문의 경우 낚시형 표제(의문형, 퀴즈형)를 주로 사용하는 경향이 나타났으며, 주제 은폐형 유형도 인쇄 매체에 비해 보다 많이 사용되고 있음이 보고되고 있다(김관규·김진원, 2010). 조수선은 전통적인 인쇄형 신문과는 달리 인터넷 상에서의 기사 열독형태는 ‘훑어보기’ 그리고 ‘제목만 읽기’ 등의 경향이 강하게 드러난다고 분석하기도 하였다(조수선, 2005). 그로 인해 언론사들의 제목에 대한 선정성 경쟁이 나타나게 되었다는 지적도 있다(황용석, 2009). 조수선(2005)에 따르면, 온라인 뉴스의 헤드라인에서 정보형 제목이 기억과 신뢰에 있어 선정성 제목보다 더욱 영향을 미치지만, 이용자 선호도에서는 선정성을 띤 제목이 더욱 효과적이라는 결과를 밝히기도 하였다(조수선, 2005).

온라인 뉴스 저널리즘 현상에 대해, 뉴스 헤드라인 작성 시 관심 끌기가 중요한 기능으로 부상하는 과정에서 선정적 제목 달기는 온라인 뉴스 편집자들이 제목 눈길 끌기의 필수 수단으로 인식하고 있다는 점을 지적하였다. 특히, 기사 제목에 편집자의 느낌, 감정이나 판단 등을 많이 개입시키는 경향이 있는 것으로 확인되었다(최영 외, 2010). 한편, 네이버 뉴스 톱(news-top), 미디어 다음의 기사를 분석한 연구결과에 의하면 기사 표제에 있어서 불필요하다고 판단되는 단어까지 동원하여 말초적 흥미를 유발시키려는 목적을 지향하고 있는 것으로 나타나기도 하였다(양진웅·김경호, 2006).

연예인 자살에 대한 보도 프레임 분석연구(박현주, 2010)에 의하면, 자살자에 대해 호의적 기사가 부정적인 기사보다 훨씬 많이 보도된 것으로 나타났으며, 자살에 대한 자살자 본인의 책임을 간과하는 기사 역시 책임을 부과하는 기사보다 더 많이 부각된 것으로 드러났으며, 자살보도 권고기준은 잘 지켜지지 않았는데, 연역적 프레임에서는 인간 흥미 프레임이 자살보도 권고 기준을 가장 잘 지키고 있지 않았으며 귀납적 프레임의 경우 보도 내용에 대해 무책임 프레임과 희생양 프레임이 권고 기준을 잘 지키지 않았다. 또 자살자의 죽음에 대한 공감 혹은 감성적 동의, 자살자에 대한 미화는 추모 프레임 및 동정유발 프레임에서 많이 드러났다.

5. 정보원의 속성

자살보도에 있어서 자살자 관련 이야기들이 잠재적 자살사건에 미치게 되는 영향은 인터넷신문인 대안지와 보다 공신력을 가진 종이 신문의 인터넷판인 ‘연장지’가 수용자들에게 다른 효과를 부여하는 것으로 알려져 있다. 정보원 속성에 관련된 연구들에 따르면 정보원에 따른 메시지 효과는 정보원적 속성인 공신력(credibility)과 매력성(attractiveness)에 따라 나타난다고 한다. 정보원 공신력 모델에서 메시지의 효과는 모델이 갖고 있는 정보원적 속성 즉 전문성(expertise)과 신뢰성(trustworthiness)에 그 바탕을 두고 있다(Belch & Belch, 1994). 정보원의 매력성 모델에서 메시지의 효과는 수용자가 정보원으로부터 인지한 유사성(similarity), 친밀성(familiarity), 호감성(likability)에 근거한다는 본다(Erdogan et al., 2001). 우선, 정보원의 공신력에 대해 살펴보면 수용자에게 영향을 미치는 전달자의 긍정적 특성으로, 같은 메시지일지라도 정보원의 공신력에 따라 수신자가 해당 메시지에 대해 갖게 되는 효과는 달라진다고 알

려져 있다(Ohanian, 1990). 정보원의 공신력에서 학자들이 공통적으로 주장하는 바는 공신력은 메시지 수용자 본인이 느끼는 지각에 의해 결정된다는 점이며, 정보원의 전문성과 신뢰성은 수용자들이 메시지 정보원에 대해 지각적으로 판단하는 것에 의해 결정된다는 것이다(윤각, 2000). 반면 정보원의 매력성은 주로 신체적인 매력성, 친근감, 호의도 또는 유사성(동일시) 등에 관련된 속성으로(Kahle & Homer, 1985), 먼저 신체적인 매력성을 살펴보면 한 개인이 다른 사람에 대해 갖게되는 초기 반응에 중대한 단서가 되며, 심리적인 매력성은 정보원에 대해 친근하게 느끼는 정도를 말한다. 즉, 어느 정도 좋아하고 있으며, 자신과 일정 부분 비슷하다고 느끼는지에 대한 여부이다.

메시지의 설득에 있어서 정보원의 공신력은 자신의 생각을 결정할 때 일종의 자신감을 제공하며, 높은 공신력을 지닌 정보원이 낮은 공신력을 지닌 정보원보다 더욱 큰 태도 변화를 제공한다고 설명하고 있다(Hovland & Weiss, 1951; 홍성태, 1992). 즉, 특정 정보원이 가진 공신력이 설득적 메시지를 통해 대중의 태도 변화에 영향을 미칠 수 있다고 밝히고 있는 것이다(Tormala et al., 2006). 특정 정보원이 높은 신뢰성을 지닐 때, 사람들은 제공되는 정보에 대해 덜 의심하는 경향을 보인다(Sparkman & William, 1980). 전달자의 전문성 수준이 높으면 소비자들의 반응이 호의적으로 나타나며, 전달자의 전문성 수준에 따라 수용자는 상이한 반응을 나타낸다는 것을 밝혀냈다(안민선, 2007).

메시지 수용자는 신뢰성 있는 정보원의 주장을 그렇지 않은 경우보다 더욱 쉽게 받아들이는 경향을 보이며, 신속하게 내면화(Internalization)시킬 뿐 아니라, 내면화로 일단 형성된 태도를 정보원이 입장을 바꾸거나 정보원 자체를 잇는다고 해도 쉽게 바뀌지 않는 경향을 보인다고 한다(김종무, 2010). 정보원 속성연구를 바탕으로 온라인 자살보도에 있어서도 그 매체 종류(연장지/대안지)와 기사의 필자의 유형에 따라서 수용자가 자살보도를 받아들이는 태도에 있어 다른 결과를 초래할 것이다. 필자의 유형이 기자, 전문기자, 의료전문가, 여타 분야의 전문가, 일반인인가에 따라 전문성, 신뢰성 그리고 매력성에서 다른 태도를 유발할 것이라고 예상되는 바이다.

Ⅲ. 연구문제

위에서 언급한 것처럼, 자살관련 언론보도와 관련하여 인터넷 미디어의 묘사 방식, 논조 및 스타일과 전통적 신문/미디어의 그것들을 비교한 최근의 선행연구는 확보할 수 없었다. 하지만, 주제는 다름에도 불구하고 상당수의 연구들이 콘텐츠, 즉 내용의 스타일 등에 있어서 인터넷 신문과 전통적 신문의 차이를 확인해주고 있었다. 따라서, 위에 밝힌 관련 연구들에 기초하여 아래와 같이 연구문제를 통해 본 연구의 핵심주제들을 탐구하기로 하였다.

연구문제 1. 인터넷 신문(대안지)과 전통적 신문(연장지)이 다루는 자살관련 기사에서, 기사의 유형(스트레이트, 기획/연재, 칼럼/해설, 통계위주, 독자투고, 사설 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 2. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 필자의 유형(기자, 전문기자, 의료전문가, 여타 분야의 전문가, 일반인 투고 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 3. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 기사주제의 유형(자살사건, 자살기도, 자살예방, 자살통계 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 4. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 언급하는 자살 인물들(스포츠스타, 연예인/방송인, 정치인, 기업인, 일반인 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 5. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 기사제목의 특성에는(자살이라는 단어 포함 여부) 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 6. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 제목의 선정성 표현 정도(극단적 표현, 추측/의혹 표현, 비속어/약어/신조어, 주장/강조형 표현 등)에

는 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 7. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 표현의 방식(자살자에 대한 공감 및 감정적 동의, 자살에 대한 미화, 자살방식 소개 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

연구문제 8. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 2004년 발표된 자살관련 기사에 대한 권고기준의 개별항목(자살자의 신상, 유서, 자살방법, 자살장소, 현장묘사, 자살자의 사진 등과 관련된 정보공개 금지)을 준수하는 정도에는 어떠한 차이가 발견되는가?

IV. 연구방법

본 연구는 2011년 상반기 우리나라 언론 보도를 통해 공중들에게 전해진 자살관련 보도와 기사들에 대한 내용분석을 수행하였다. 자살관련 기사를 생산하고 노출시키는 미디어를 두 종류로 구분해서 분석하였으며, 인터넷 신문(대안지)과 전통적 신문(연장지)로 나누어 각각 얼마나 많은 자살관련 기사들을 구체적으로 어떤 스타일(기사유형, 필자유형, 기사 주제, 제목 특성, 언급된 자살인물)에 의해 작성, 대중들에게 전달되었는지를 조사한 것이다. 각 자살관련 기사들이 보유하고 있는 다양한 특성들은 물론, 2004년 7월, 자살관련 기사가 자살방조 등의 2차적 부작용을 발생시키지 않도록 하기 위해 자살예방협회 등 관련 기관에서 마련한 권고안의 항목들을 각 기사들이 얼마나 준수하고 있는지 또한 조사하였다.

1. 조작적 정의

구체적인 자살관련 기사가 어떠한 스타일로 작성되었는지를 분석하기 위해 아래의 표에 수록된 내용들을 근거로 분석을 수행하였다. 보도내용 분석 시, 각 항목에 적용한 상/중/하의 정도는 <표 6>에 수록된 정의를 근거로 하였다.

표 5. 보도스타일

기사유형	스트레이트/기획연재/칼럼해설/통계위주/독자투고/사설/기타
필자유형	기자, 전문기자/의료관련 전문가/비의료관련 전문가/일반인/기타
기사주제	자살사건/자살기도/자살예방/자살통계/기타
언급된 자살인물	스포츠스타/연예인, 방송인/기업인/일반인/군인, 경찰/기타

표 6. 보도 내용 분석 시 상중하 구별 지침⁴⁾

상	긍정적 태도로 자살자에 대한 동정, 이해, 호감을 표방하는 경우
하	부정적 태도로 자살 행위를 비난, 자살자에 대한 질책 등 자살에 대한 분명한 반대 태도를 표방하는 경우
중	중립적 태도로 위의 상, 하가 아닌 그 외의 경우

표 7. 선정적 표현 정도⁵⁾

극단적 표현	헤드라인 및 기사 보도 내용에 쓰인 어휘나 묘사하는 상황이 극단적이거나, 실제보다 과장된 어휘, 감정적인 부분을 자극하는 어휘를 사용하는 것으로 정서적인 느낌이 들며 감정적인 표현이 나타난 경우
추측·의혹 표현	명확한 사실을 말하는 것이 아니라 애매모호하고 사실로 밝혀지지 않은 헤드라인 및 기사 보도 내용인 경우. 의문형 표현을 사용한 경우가 많음
비속어·약어·신조어 표현	헤드라인이나 기사 보도 내용에 비속어나 출처가 불분명한 신조어, 이해하기 어려운 축약어 등이 포함된 경우
주장·강조 표현	기사를 강조하기 위해 헤드라인의 글자를 굵고 크게 처리하는 것처럼, 헤드라인을 강조하고자 다른 기사의 헤드라인에 비해 굵게 표시하거나 강조표시를 하여 기사에 주목하게 하도록 하는 유형

표 8. 표현 정도⁶⁾

자살자에 대한 공감 및 감정적 동의	자살자의 사연에 초점을 모아 보아 보도하는 정도 : 자살이유에 대한 공감이나 이해 및 자살자에 대한 동정심 표시 등
자살에 대한 미화	자살 행동이 고결하고 용기 있는 행위로 묘사되는 정도
자살 방식 소개	고층빌딩 투신, 가스 사용 등 방식에 대한 상세한 설명

4) 김연중(2005). 자살보도 권고기준과 한국신문의 자살보도 행태 분석
5) 박정민(2008). 인터넷 뉴스의 선정성. 한림대학교 석사학위 논문
6) 김연중(2005). 자살예방전문가가 권고하는 언론의 자살보도기준(2004)

2. 분석대상 및 표집방법

본 내용분석은 자살과 관련된 최다량의 언론보도를 대상으로 하고자 전수조사를 기
획하였고, 이 같은 목적 하에서 최선의 합리적 방식을 도입하고자 국내 최대의 포털사
이트인 네이버(www.naver.com) 뉴스 캐스트 내 상세검색의 키워드 검색기능을 활용하
여 일정한 기간 동안 한국의 미디어를 통해 생산된 자살관련 기사들을 확보하고자 하였
다. 중복기사를 제외한 채 다량의 기사 사례들을 분석함으로써 최선의 분석효과를 얻고
자 한 것이다. 먼저, 네이버의 주제별 검색 창을 통해 1차적 검색을 실시하였고, 키워드
검색을 통해 최종적인 샘플들을 확보하였다.

연구의 분석 대상이 된 자살보도들은 연예인 자살이 유난히 많이 발생했던 2011년
상반기의 자살관련 보도들로 정하였다. 인쇄 신문의 전자판인 “연장지”와 오프라인 신
문사가 존재하지 않는 “대안지”의 기사를 비교 분석하기 위해 국내 언론사 뉴스사이트
의 트래픽(방문자 및 페이지 뷰)가운데 최소 50% 이상을 발생시키는 네이버 뉴스캐스
트를 통해 뉴스 상세검색을 실시하였다. ‘자살’이라는 정확한 키워드로 2011년 1월 1
일부터 5월 31일 까지 약 5개월간에 걸친 자살관련 보도를 분석대상으로 선택하였으
며, 5대 연장지(조선, 중앙, 동아, 한겨레, 문화일보)와 5대 대안지(노컷뉴스, 쿠키뉴스,
미디어오늘, 오마이뉴스, 프레시안)를 검색하였다. 상기의 기간을 선택한 이유는 2004
년 자살보도 권고기준이 마련된 후 7년이 경과한 2011년의 시점에서, 상반기 송지선
아나운서, 가수 채동하, 축구선수 윤기원 등의 잇따른 유명인 자살에 따라 한국자살예
방협회에서 기자들에게 자살보도에 있어 가이드라인을 지켜줄 것을 재차 권고하는 중요
한 시점이라는 사실에 근거하였다. 따라서 2011년 상반기에 집행된 자살관련 보도에
있어 잠재적 자살자의 예방을 위한 자살보도 권고안이 얼마나 지켜졌는지 또한 살펴볼
수 있다고 판단했기 때문이었다.

선정된 10대 언론 매체를 통해 1차로 수집된 자살관련 기사의 개수는 총 3,356건이었
으나, 자살보도와는 직접적 관련이 없는 기사를 제외시키고자 김연중(2005)의 ‘자살보도
권고기준과 한국 신문의 자살보도 행태 분석’ 연구에서 사용한 방법을 토대로 정치, 인락
사, 테러, 종교 등의 주제와 관련된 기사들은 배제시키는 작업을 수행하였다. 또한, 해외
의 자살관련 기사들도 대부분 자살 사건과 직접적인 상관이 없다고 판단되어 제외하였다
(예를들어 자살이 주요 주제인 해외 문학작품의 소개 등). 그 결과 최종 분석의 대상이

된 자살관련 기사 건수는 모두 642건이었다. 이들을 대상으로 내용분석을 실시하기 위해 분석에 필요한 기본사항 및 언론 자살보도권고기준(2004년 보건복지부와 한국자살예방협회, 한국기자협회가 공동 제정)을 활용하여 총 36개의 조사 유목을 설정하였다. 36개의 조사유목에는 언론자살보도권고기준을 바탕으로 2011년 상반기 잇따른 유명인 자살로 인한 모방자살(베르테르호프) 및 후속자살이 발생하지 않도록 자살예방협회에서 특별히, 자살방법에 대한 자세한 묘사, 영정사진 게재, 자살원인에 대한 추측기사 등을 자제할 것을 기자들에게 요청하고 있었기에 이들 사항 또한 유목에 포함시킨 것이다. 내용분석은 네이버 뉴스캐스트 기사상세 검색을 통해 기사를 직접 인쇄, 3명의 코더로 하여금 충분한 훈련과 상의를 통해 개별 항목별로 80% 이상의 분석 일치도를 확보한 다음 코딩작업을 수행토록 했다. 각 항목의 측정은 항목의 존재여부, 권고기준을 준수하고 있는지에 초점을 맞추었다. 구체적인 코더간 신뢰도는 Perreault와 Laurence가 개발한 P/L 인덱스(1989)를 적용하여 계산하였다. 선행연구들에 의하면 (Lombard et al., 2002; Rust & Cooil, 1994) P/L 인덱스는 특히 분석 항목들이 명목척도에 의해 코딩될 때 엄밀함을 갖는 것으로 보고되고 있다. 위에서 밝힌 바와 같이, 분석된 모든 항목의 코더간 신뢰도 지수 (Reliability coefficients)는 .80을 상회하였다.

V. 연구결과

2011년 1월 1일자부터 시작하여 2011년 5월 31일 분까지 10개의 인터넷 및 전통적 신문 매체를 대상으로 자살관련 기사를 검색하여 분석, 아래에 정리하였다. 기사 검색 시 사용한 단어는 ‘자살’이었으며, 최종 분석에 활용된 상이한 자살관련 기사는 총 642건이었다. 최초 3,356건이 검색되었으나, 각 매체별로 중복성이 심한 기사를 제외하였으며 ‘자살’이라는 단어가 포함되었지만 사건 및 사고와 관련이 있다기 보다는 소설, 영화, 드라마를 다루는 등 이에 관련없다고 판단되는 기사들도 다수 존재하였기 때문이다. 이 같은 판단은 본 연구의 담당자들이 모두 모여 반드시 합의 하에 동일한 정도와 자살 사건/사고와의 연계성 등을 파악한 뒤 실행하였다. 다음은 연구문제 별로 도출된 결과사항이다.

연구문제 1. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 기사의 유형(스트레이트, 기획/연재, 칼럼/해설, 통계위주, 독자투고, 사설 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 9. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이(기사의 유형)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
스트레이트 성	228	89.7%	322	82.9%
기획연재 성	10	3.9%	11	2.8%
칼럼 해설 성	9	3.5%	34	8.7%
통계 위주	5	1.9%	9	2.3%
독자 투고	0	-	1	-
사설	1	-	10	2.6%
기타	1	-	1	-
총 기사 수	254	100%	388	100%

결과에서 볼 수 있듯, 양쪽 매체 모두 자살 사건의 사실 전달에 무게를 두는 스트레이트 성 기사가 가장 많은 부분을 차지하고 있었다. 두 종류의 매체에서 다룬 자살관련 기사 중 주목할 만한 차이를 보인 유형은 칼럼 해설성 기사 (3.5%와 8.7%)와 사설 (0%와 2.6%)이었다. 위의 표에서 보는 바와 같이, 인터넷 신문의 경우 자살 사건을 나름대로 재해석 하여 새로운 해결책 등을 모색해보는 칼럼성 기사나 해당 언론사가의 사안에 대한 나름의 시각을 표명하는 사설 등은 찾아보기 어려웠던 것이다.

연구문제 2. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 필자의 유형(기자, 전문기자, 의료전문가, 여타 분야의 전문가, 일반인 투고 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 10. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이(필자의 유형)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
기자	250	98.4%	337	86.8%
전문기자	0	-	2	-
의료관련 전문가	0	-	3	-
비 의료관련 전문가	2	-	16	4.1%
일반인	0	-	2	-
기타	2	-	28	7.2%
총 기사 수	254	100%	388	100%

두 번째 연구문제를 통해서, 자살 기사를 작성한 필자들의 유형을 인터넷 신문과 기존의 전통적 신문으로 나누어 분석해 보았다. 양 신문 공히 기자라고 표기된 필자들의 기사작성이 가장 활발했으나, 전통적 신문의 경우 인터넷 신문과 비교하여 임상 심리학자, 관련 학계에서 활동하고 있는 소위 비의료 전문가 계층이 필자로 기사를 작성하는 경우 또한 다수 발견되었음을 볼 수 있었다.

연구문제 3. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 기사주체의 유형(자살사건, 자살기도, 자살예방, 자살통계 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 11. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이(기사 주제)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
자살사건	199	78.3%	299	77%
자살기도	22	8.6%	12	3%
자살예방	16	6.2%	43	11%
자살통계	7	2.7%	14	3.6%
기타	10	3.9%	20	5.1%
총 기사 수	254	100%	388	100%

기사 주제의 유형의 경우에도, 인터넷 신문의 경우가 전통적 신문에 비해 다소 선정성이 농후한 기사들을 자주 신고 있는 것으로 파악할 수 있었다(자살기도 등). 예를 들어 자살 사건 자체의 서술은 양쪽 신문의 경우가 비슷하였으나, 자살 기도와 관련된 다양한 흥미 유발성 기사는 인터넷 신문에서 더욱 빈번하게 관찰할 수 있었기 때문이다. 반면, 자살의 예방과 관련된 내용, 즉 자살감행에 있어서의 대안제시 등을 내용으로 삼아 기사를 작성한 경우는 전통적 신문의 경우가 많았다는 결론을 얻을 수 있었다. 더불어, 최근 늘어나고 있는 자살의 실상을 수치로 짚어보는 직접적 정보 전달위주의 기사들도 발견되고 있음을 알 수 있었다.

연구문제 4. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 언급하는 자살 인물들(스포츠스타, 연예인/방송인, 정치인, 기업인, 일반인 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 12. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이(언급된 자살 인물)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
스포츠 스타	8	3.1%	26	6.7%
연예인/방송인	73	28.7%	87	22.4%
기업인	2	-	2	-
일반인	161	63.3%	246	63.4%
군인/경찰	7	2.7%	10	2.6%
기타	3	-	17	4.4%
총 기사 수	254	100%	388	100%

기사에서 언급되는 자살 인물의 경우에는 인터넷 신문과 전통적 신문에서 그다지 두드러진 차이를 발견할 수는 없었다. 구체적인 횟수로는 차이가 있었지만, 비율면에서는 그다지 큰 차이를 확인할 수는 없었던 것이다. 이는 곧 양쪽 매체 모두 자살 사안 별로 당사자가 누구인지가 기사의 중심이 된다는 사실을 확인할 수 있었던 것으로 파악할 수 있을 것이다.

연구문제 5. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 기사제목의 특성에는 (자살이라는 단어 포함 여부) 어떠한 차이가 발견되는가?

표 13. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이(기사제목의 특성)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
자살이라는 단어 포함	180	70.8%	252	65%
자살이라는 단어 불포함	74	29.1%	136	35%
총 기사 수	254	100%	388	100%

‘자살’이라는 극단적 성격을 가진 단어는 양쪽 매체 공히 과반수의 관련기사가 헤드라인의 일부로 포함하고 있었음을 알 수 있었다. 하지만, 존재의 비율상으로 판단해볼 때, 인터넷 신문에서 기사 작성 시 자살이라는 단어를 더욱 빈번하게 사용하는 것으로 파악할 수는 있었다.

연구문제 6. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 제목의 선정성 표현 정도 (극단적 표현, 추측/의혹 표현, 비속어/약어/신조어, 주장/강조형 표현 등) 에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 14. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이
(기사제목의 선정성 표현 정도)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
극단적 표현: 상	93	36.6%	148	38.1%
중	161	63.3%	240	62%
추측/의혹성 표현: 상	46	18.1%	66	17%
중	208	82%	322	83%
비속어/약어/신조어의 사용: 상	9	3.5%	12	3%
중	245	96.4%	376	97%
주장/강조형 표현: 상	122	48%	203	52.3%
중	132	52%	185	47.6%

* 각 항목별로 존재가 확인되지 않은 경우엔 수치를 표기하지 않았습니다.

극단적 표현의 정도, 추측/의혹성 표현의 정도, 비속어/약어/신조의 사용 정도, 그리고 주장/강조형 표현의 활용정도들이 연구문제 6을 통해 조사되었다. 하지만, 인터넷 매체와 전통적 신문 매체에서 공히 ‘중’으로 판단된 정도의 사용모습들이 다수 발견되었다. ‘중’은 코더들을 대상으로 하는 훈련과정에서 ‘사용은 확인되지만, 제목 상에서 반복이 되지 않는 경우’를 뜻하였다. 따라서, 대부분의 기사들은 선정성이 있는 것으로 판단되는 표현들이 제목에 반영되어 있는 것으로 나타났다.

표 15. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이
(기사내용의 선정성 표현 정도)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
극단적 표현: 상	40	15.7%	88	22.6%
중	30	11.8%	56	14.4%
추측/의혹성 표현: 상	89	35%	105	27%
중	49	19.2%	78	20.1%
비속어/약어/신조의 사용: 상	3	-	6	1.5%
중	2	-	8	2%
주장/강조형 표현: 상	63	24.8%	86	22.1%
중	29	11.4%	46	11.8%

* 각 항목별로 존재가 확인되지 않은 경우엔 수치를 표기하지 않았습니다.

기사내용의 선정성에 있어서, 인터넷 매체와 전통적 신문매체 사이의 주요한 차이는 발견되지 않았다. 단, 큰 차이는 아니었지만 인터넷 매체의 경우 추측이나 의혹성을 띤 기사의 빈도가 다소 많았음을 파악할 수 있었다. 또한 전체 항목들의 빈도에서 볼 수 있듯, 선정성으로 분류될 수 있는 표현이 대부분의 기사에서 발견되고 있음도 파악할 수 있었다. 자살 사건의 특성 상 비속어/약어/신조어 등의 사용은 그다지 많이 발견되는 않았다.

연구문제 7. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 표현의 방식

(자살자에 대한 공감 및 감정적 동의, 자살에 대한 미화, 자살방식 소개 등)에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 16. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이(내용표현의 방식)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)
감정적 동의: 상	24	9.4%	46	11.8%
중	29	11.4%	57	14.6%
자살에 대한 미화: 상	1	-	0	-
중	5	-	6	1.5%
자살 방식의 소개: 상	190	74.8%	253	65.2%
중	3	-	4	-

*각 항목별로 존재가 확인되지 않은 경우엔 수치를 표기하지 않았습니다.

내용표현의 방식 부분에서는 자살자에 대한 감정적 동의여부, 자살과 자살자에 대한 미화, 그리고 자살 방식의 소개 등이 조사되었다. 표에서 볼 수 있듯, ‘자살방식의 소개’ 부분에서 인터넷 매체의 경우가 비교적 높은 비율을 기록하며 기사를 작성하고 있는 것으로 나타났다. 또한 지배적인 수치는 아니었지만 자살자와 자살에 대한 미화나 감정적인 동의도 일부 기사에서는 드러나고 있는 것으로 밝혀졌다.

연구문제 8. 인터넷 신문과 전통적 신문이 다루는 자살관련 기사에서, 2004년 발표된 자살관련 기사에 대한 권고기준의 개별항목(다음과 같은 정보공개 금지: 자살자의 신상, 유서, 자살방법, 자살장소, 현장묘사, 자살자의 사진 등)을 준수하는 정도에는 어떠한 차이가 발견되는가?

표 17. 인터넷 신문과 전통적 신문에 나타난 자살기사의 특징차이
(권고안 개별항목 준수)

구분	인터넷 신문의 자살 기사 (빈도)	인터넷 신문의 자살 기사 (%)	전통적 신문의 자살기사 (빈도)	전통적 신문의 자살기사 (%)
자살자의 신상공개	81	31.8%	115	29.6%
유서 공개	45	17.7%	96	24.7%
자살방법 소개	185	72.8%	251	64.7%
자살장소 소개	126	49.6%	200	51.5%
자살 현장 묘사	97	38.1%	140	36%
자살한 사람 사진 공개	52	20.4%	64	16.5%
자살한 장소 사진 공개	16	6.3%	25	6.4%
자살원인 단순 서술	126	49.6%	220	56.7%
자살행위 미화	3	-	4	-
자살자 미화	6	2.4%	2	-
자살을 문제해결의 수단으로 인정	40	15.7%	65	16.8%
자살률의 최근 경향	25	9.8%	55	14.2%
자살에 대한 치료 및 발전 양상 소개	10	3.9%	22	5.7%
치료 및 상담을 통한 극복사례	3	-	11	2.8%
자살 징후의 소개	11	4.3%	24	6.2%
자살위기에 처한 다른 사람을 돕는 방법	13	5.1%	34	8.8%
자살에 대한 경각심 언급: 가족 고통, 후유증 등	20	7.9%	36	9.3%
대안 및 해결책 제시	20	7.9%	60	15.5%

* 권고안의 각 항목은 중복되어 존재/비존재의 여부가 조사되었습니다.

마지막 연구문제를 통해 2004년 대 언론에 공개적으로 요청된 자살관련 기사에 대한 권고안의 개별항목이 얼마나 준수되고 있는지에 대해 파악해 보았다. 상기 표에서 볼 수 있듯, 인터넷 매체와 전통적 신문 공히 권고안에서 요청하는 내용들을 그다지 준

수하고 있지 않은 것으로 나타났다. 예를들어 자살방법의 소개는 권고안에서 드러내지 않기를 요망하였으나, 약 70%가 넘는 관련 기사들에서 모두 명확하게 밝히고 있었다. 큰 차이는 아니었으나, 인터넷 매체의 경우 자살방법의 소개가 더욱 정확하게 묘사되어 있는 것으로 나타났다. 또한 자살 장소의 소개도 거의 과반수의 자살관련 기사가 밝히고 있는 것으로 나타났다.

VI. 논의 및 향후연구에 대한 제언

1. 선정성이 높은 인터넷 신문의 자살 기사

본 연구는 총 36가지 유목에 걸쳐 자살관련 기사가 인터넷 매체에서 집행될 때와 전통적 신문 매체에서 집행될 때 어떠한 성격의 차이를 보이며 대중에게 전달되고 있는지에 대하여 살펴보았다. 결과에서 알 수 있듯, 양 쪽 모두 관련 기사들이 가진 선정성은 심각한 수준인 것으로 나타났다. 자살과 관련한 기획기사나 사설 등의 의견성 기사로 대중들에게 자살의 만연과 관련된 상황에 대해 계도를 하는 목적보다는, 쇼킹한 내용의 가감없는 전달이나 가십성에 그치는 기사의 종류들이 압도적으로 많은 것으로 파악되었으며, 기사의 표제어에는 유난히 극단적이고 자극적인 단어나 표현을 사용하는 경우도 많은 것으로 밝혀졌다. 하지만 이 같은 사항이 양쪽 매체에서 전반적인 현상일지라도, 특히 인터넷 매체에서 다루어지고 있는 자살관련 기사가 더욱 심각한 선정성과 흥미위주로 작성되고 있음도 또한 파악할 수 있었다. 이처럼 인터넷 매체가 가지고 있는 흥미위주의 성격이나 선정성, 독자들의 단순한 주의만을 노리는 성격들은 이미 다양한 연구들에 의해 지적되어온 바 있었다(양진웅·김경호, 2006). 똑같은 언론매체라 하더라도 온라인만을 활용하는 미디어의 경우 기존의 전통적 매체에 비해 더욱 자극적이고 말초적인 콘텐츠를 담고 있다는 지적도 다양한 관련 연구들에 의해 제기되었던 것이 사실이다(최영 외, 2010). 특히 실시간으로 접속될 수 있다는 즉시성의 강점과 화면에 의해 더욱 자극적인 내용들이 가감 없이 그대로 전달될 수 있다는 조건은 인터넷 미디어를 더욱 위험하게 만드는 원인이 되고 있다고 볼 수 있다(권상희 외, 2007). 이는 곧 독자들의 향의가 있을 경우 즉시 게시를 중지하거나 접근 자체를 막아버리는 조치를 할 수

있다는 장점 아닌 장점 등이 악용되고 있음을 뜻한다고 할 수 있다(최민재·김위근, 2006).

본 연구를 통해 그동안 여타 다양한 기사의 주제와 관련된 사항에서 확인되었던 인터넷 매체의 선정성이 최근 전 연령에 걸쳐 만연되고 있는 자살이라는 사회 현상에 대해서도 여타 전통적 인쇄매체에 비해 훨씬 더 자극적으로 대중들에게 공급되고 있다는 사실이 확인되었다. 연구에 따르면 자살과 관련된 가십성, 자극성이 농후한 기사들은 이후 자살의 2, 3차적 추가 확산에 주요한 역할을 한다는 의견이 제기되는 만큼(김연중, 2005), 전통적 인쇄매체가 다루는 자살관련 기사에 대한 관심만큼 인터넷 매체에 의해 전달되고 있는 자살 관련 기사의 성격과 콘텐츠에 대해서도 연구자들의 더욱 높은 관심과 제한에 필요한 구체적 정책마련, 대안마련 등이 시급하다고 할 것이다.

2. 권고 사항에 대한 준수여부, 확인은 가능한가?

본 연구결과 밝혀진 또 한 가지 사항은 자살관련 기사를 작성할 경우 추가적 자살사건을 부추기는 역할을 방지하기 위해 자살관련 기사를 어떻게 내용적으로 약화시키고 가능한 이성적으로 제작할 것인가를 다루는 권고안의 실효성 여부이다. 이 같은 권고안들이 과연 최근 자살관련 기사들에서 얼마나 준수되고 있느냐 하는 사안인 것이다. 결과에서 밝혀진 것처럼, 권고안으로 제시된 거의 모든 항목에서 인터넷과 전통적 인쇄매체를 막론하고 권고안들을 적극적으로 준수하고 있는 경우는 그다지 많지 않았다는 사실이 나타난 것이다. 다양한 연구들을 통해(김연중, 2005) 또 다른 자살사건에 주요한 역할을 할 수도 있다고 지적되어온 요인들, 즉 자살 방법의 소개, 자살자가 남긴 유서, 자살 현장의 상세한 묘사 등이 본 연구에서 활용된 기사의 사례들에서 비교적 자세히 포함되어져 있는 것으로 드러나 과연 권고안의 효용성이 얼마나 존재하는지를 의심하게 만드는 것이다. 그렇다면 이처럼, 인터넷과 전통적 인쇄매체를 막론하고 전반적으로 권고안이 지켜지지 않고 있다는 현실을 감안해볼 때, 어떻게 하면 권고안을 준수할 수 있도록 언론보도들을 강제하느냐가 관건으로 남을 것이다. 물론, 이 같은 문제는 직접 기사를 작성하는 기자들의 양심과 언론사의 자율적 책임성으로 많은 부분 귀결된다고 할 수 있을 것이다(정승민·박영주, 2009). 말 그대로 ‘권고 사안’이기에 현 시점에서 사실상 강제성이 부여될 수는 없기 때문이다. 따라서 언론사와 기자들, 즉 개별 기사를 작

성하는 주체들에게 윤리적인 책임을 기대할 수밖에 없는 것이다. 물론, 이 같은 윤리의식을 공식적으로 요청할 수 있는 근거는 일부 연구들과 보고서들에 의해 밝혀진 사실, 즉 선정성이 농후한 자살기사가 또 다른 자살 사건들을 방조하거나 조장하는 역할을 할 수 있다는 사실에 바탕한다(배준성·허태균, 2010). 이 같은 논리가 타당하다면 자살관련 기사는 향후 발생할 수도 있는 자살에 대해 주요한 역할을 하게 되는 만큼, 그 내용에 대한 사전 혹은 사후 조치가 취해져야 한다고 볼 수 있다. 권고 사항을 준수하지 않은 기사들의 부정적 효과가 정확하게 제기되고 사회적인 공감대가 형성된다면, 현재 OECD 국가 중 자살률 수위를 수 년 째 차지하고 있는 우리나라에서 대중들에게 전달되고 있는 자살관련 기사에 있어서 공적인 영역에 의한 특정한 조치가 취해질 수도 있다는 생각이다. 특히 자살예방협회를 비롯한 관련 기관 협동으로 기사작성 시 반드시 준수해 주기를 희망하는 민감한 사안들에 있어서는 언론보도가 그 같은 사항을 정확히 지키고 있는지를 철저히 확인하고 단체 차원에서 공개 및 시정을 요구하는 수준의 활동들은 현실적으로 이루어질 수 있는 명분이 본 연구를 통해 충분히 마련되어 있지 않았을까 라는 판단을 해본다.

본 연구가 가진 한계점들에 대해서는, 두 가지를 지적할 수 있을 것이라고 생각된다. 첫 번째로는 샘플이 가진 한계상황을 언급할 수밖에 없다. 최근 가장 높은 대중성을 확보하고 있는 대표적 매체유형인 인터넷 신문(대안지)과 전통적 신문(연장지)를 분석하였으나, 그의 자살과 관련된 보도가 집행될 수 있는 매체들은 사실 대단히 많다고 볼 수 있다. 해당 주제와 관련된 사회의 전반적인 트렌드를 파악하고, 사람들이 얼마나 많고 다양한 내용의 자살관련 기사들에 노출되고 있는가를 파악하는 것이 본 연구의 가장 주요한 목적 중 하나라면, 금번 연구에서 사용된 한정된 샘플에 만족하지 않고 더욱 다양한 유형의 샘플 확보에 역점을 두어 향후 연구를 진행해야할 것으로 판단된다. 그 같은 과정은 본 연구에서 핵심으로 설정한 주제들에 대한 더욱 탄탄한 신뢰성 및 주제로서의 가치를 높일 수 있다고 확신한다. 두 번째로는 코딩 시 코더들의 주관성 개입에 대한 가능성이다. 예를 들어, 자살관련 기사에 구현된 “선정적 표현”의 수위를 단계별로 나누어 분석하도록 코더들에게 요청하였다. 이후, 해당 항목들에 대한 코더간 신뢰도를 살펴보았더니 최초 코딩에서는 많은 분석 항목들에서 80%이하의 일치도가 기록되는 상황이 발생되기도 한 것이다. 이후, 코더 트레이닝 과정을 거쳐서 인정할 수 있는 수준의 코더간 신뢰도가 확보되었지만, 더욱 객관적인 분석 유목과 기준을 고려해보는 작

업도 향후 한층 엄밀한 연구를 위해 필요한 과정이라고 믿는다. 본 주제의 추가적 연구와 고찰을 위해, 더욱 폭넓은 선행연구 수집과 관련 스케일들의 검토 등과 관련된 토론이 있어야 할 것으로 믿는다.

유현재는 미국 University of Georgia에서 헬스커뮤니케이션 전공으로 석·박사학위를 받았으며 현재 서강대학교 커뮤니케이션 학부 부교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 헬스 커뮤니케이션, 건강보조식품, 현재 자살보도관련 연구, 자살어플리케이션, 제약광고 연구 등을 진행하고 있다.

(E-mail: bus89@sogang.ac.kr)

송지은은 서강대학교 신문방송학과 대학원 광고홍보학 석사과정 중이다. 주요 관심분야는 헬스커뮤니케이션이며, 현재 자살 및 학교 폭력에 대한 심리학적 접근을 연구하고 있다.

(E-mail: busstopsweet@naver.com)

참고문헌

- 권상희, 김위근(2004). 뉴스 메시지 처리에 있어서 온라인 미디어 수용자와 오프라인 미디어 수용자의 차이. *한국언론학보*, 48(3), pp.168-194.
- 권상희(2007). 포털 뉴스 서비스 체계 및 서비스 개선방안 연구. *한국언론학회 학술대회 발표논문집*, pp.1-27.
- 김관규(2010). 인쇄신문과 인터넷신문의 기사 표제 차이에 관한 연구. *언론과학연구*, 10(2), pp.39-72.
- 김병철(2010). 자살 보도가 잠재적 자살자에게 미치는 영향. *커뮤니케이션학 연구*, 18(1), pp.41-63.
- 김사승(2003). 인터넷이 신문저널리즘에 미친 영향에 대한 기자들의 인식연구. *한국언론학보*, 47(1), pp.56-80.
- 김연중(2005). 자살보도 권고기준과 한국 신문의 자살보도 행태 분석. *한국언론학보*, 49(1), pp.140-165.
- 김유정(2003). 온라인신문에 대한 이용자 인식연구. *한국언론학보*, 47(4), pp.82-105.
- 김운환(2007). 브랜드캐릭터의 정보원 속성과 일치성 요인의 효과에 관한 연구. *커뮤니케이션학연구*, 15(1), pp.105-133.
- 김인숙(2009). 연예인 자살보도와 제 3자 효과: 언론의 연예인 자살보도에 대한 태도, 미디어 이용, 미디어 규제와의 관계를 중심으로. *언론과학연구*, 9(1), pp.5-36.
- 김종무(2010). TV 광고에서 모델 선호도와 일치성에 관한 연구. *인포디자인이슈*, 22, pp.1-12.
- 김준호 외(2003). *청소년 비행론*. 서울: 청록출판사.
- 강수윤(2011. 5. 28). 선진국 자살예방 이렇게. 뉴스스, <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=003&aid=0003879568>에서 2011. 11. 5 인출.
- 이민지(2011. 10. 22). 수십만의 자살생존자, 남은 사람들의 고통(그것이 알고 싶다). 뉴스엔, http://www.newsen.com/news_view.php?uid=201110221027061001 에서 2011. 11. 6 인출.
- 박상철, 조용범(1997). *자살, 예방할 수 있다*. 서울: 학지사.

- 박정민(2008). 인터넷뉴스의 선정성: 포털과 언론사닷컴 헤드라인 분석. 석사학위논문, 한림대학교, 강원도.
- 박지영(2010). 자살로 가족을 잃은 유가족의 생존경험에 관한 해석학적 현상학 사례연구. 정신보건과 사회사업, 36, pp.203-231.
- 박재영, 문기태, 채유미, 정상혁(2008). 인구사회적 요인, 압, 일부 정신질환 등이 자살에 미치는 영향: 성별, 연령별 분석. 예방의학회지, 41(1), pp.51-60.
- 박현주(2010). 연예인 자살 보도에 대한 뉴스 프레임 연구. 석사학위논문, 경희대학교, 서울.
- 배준성(2010). 특집호: 스트레스, 우울, 자살의 이해와 예방 : 자살보도에 대한 지각과 인식: 사회학습효과의 검증. 한국심리학회지, 사회문제(16), pp.179-195.
- 성선녀(2009). 유사언어가 공신력 평가에 미치는 영향에 대한 연구 -성우의 유사언어 표현을 중심으로. 화법연구, 15, pp.213-249.
- 문준식(2011. 9. 6). 34분마다 1명씩... 한국은 '자살 공화국'. 세계일보, <http://www.segye.com/Articles/NEWS/SOCIETY/Article.asp?aid=20110905004693&subctg1=&subctg2=>에서 2011. 11. 6 인출.
- 박은경(2011. 6. 24). [Interview]자살은 사회적 질병...정책적인 노력으로 막을 수 있다. 신동아, <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=262&aid=0000004588> 에서 2011. 11. 6 인출.
- 안민선(2007). 보상된 구전이 소비자의 심리적 반응에 미치는 영향에 대한 연구. 석사학위논문, 이화여자대학교, 서울.
- 양진용(2006). 포털 사이트 뉴스섹션의 선정성에 관한 연구. 한국방송학회 학술대회 논문집, pp.14-34.
- 김병규(2011. 9. 22). 안형환 “언론중재 시정권고 40%는 자살보도 연합뉴스 <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=100&oid=001&aid=0005277893> 에서 2011. 11. 5 인출.
- 유상미(2009). 폭력 영상매체 노출에 따른 청소년 비행연구: 사회학습 이론과 둔감화 이론을 중심으로. 석사학위논문, 중앙대학교, 서울.
- 윤각(2000). 공격적 정치광고가 투표의향과 정치 냉소주의 형성에 미치는 영향: 유권자의 정치 관여도와 정보원 공신력의 역할을 중심으로. 광고학연구, 11(2), pp.113-130.

- 윤영철(2001). 온라인 저널리즘과 뉴스 패러다임의 변화. 사이버 커뮤니케이션 학보, (7), pp.182-213.
- 이상현(2005). 뉴스 공동DB 이쿠아 프로젝트 본격 가동 :디지털 뉴스 유통의 지각변동 예고. 신문과 방송, 414, pp.162-165.
- 이재신(2009). 포털 중심의 뉴스 소비환경이 뉴스통신사의 역할에 미친 영향. 언론과학연구, 9(3), pp.355-387.
- 이희완, 유현숙(2011). 노인자살 예방대책의 현황과 과제. 글로벌사회복지연구, 1(2), pp.7-28.
- 임정수 외(2008). 국내 자살원인 실태조사 및 자살 예방체계 구축에 관한 연구. 보건복지가족부 건강증진연구사업, pp.7-37.
- 서동우(2003). 자살사망의 추이와 예방대책. 월간 복지동향, 59, pp.35-39.
- 신성원(2007). 우리나라의 자살 추세에 관한 연구. 한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집 5, pp.310-314.
- 정승민, 박영주(2009). 자살보도가 자살위험성에 미치는 조건적 효과에 관한 연구. 한국경찰연구, 8(2), pp.153-182.
- 정진욱(2011). 일본의 자살 예방 대책. 보건복지 Issue & Focus, 84, pp.1-8.
- 조수선(2005). 온라인 신문 기사의 제목과 개요 효과. 한국언론학보, 49, pp.5-32.
- 지승희(2008). 청소년자살 예방프로그램 및 개입방안 개발. 청소년상담연구(총서), pp.1-285.
- 최민재(2006). 포털 사이트 뉴스서비스의 의제설정 기능에 관한 연구. 한국언론학보, 50, pp.437-463.
- 최영(2010). 온라인 뉴스의 제목달기 분석: 네이버 뉴스캐스트의 헤드라인 특성을 중심으로. 커뮤니케이션학 연구, 18(1), pp.115-140.
- 김고은(2011. 11. 23). 자살 미화하거나 동정하는 보도는 금물. 한국기자협회, <http://www.journalist.or.kr/news/articleView.html?idxno=27402>에서 2011. 11. 5 인출
- 홍성태(1992). 소비심리의 이해. 서울: 나남.
- 황용석(2009). 트래픽을 언론사에 주는 대신 포털의 사회적 부담은 줄어. 신문과 방송, 2009년 2월호, pp.48-51.

- Atkin, C.(1983). Effects of realistic TV violence vs. fictional violence on aggression. *Journalism Quarterly*, 60, pp.615-621.
- Bandura, A.(1973). Social learning theory of aggression. In J. F. Knutson (Ed.), *The control of aggression: Implications from basic research*. Chicago: Aldine.(Reprinted in, E. P. Hollander & R. G. Hunt [Eds.], *Current perspectives in social psychology* [4th ed.]. Oxford: Oxford University Press, 1976; I. L. Kutash, S. B. Kutash, & L. B. Schlesinger [Eds.], *Violence: Perspectives on murder and aggression*. San Francisco: Jossey-Bass, 1978.).
- Belch, G. E., Belch, M. A.(1994). *Introduction to Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. third edition, Homewood, IL: Irwin.
- Bartol, C. R.(2002). *Criminal behavior: A psychosocial approach*(6th ed.). Upper Sadle River, NJ: Prentice Hall.
- Brown, J. D., McDonald, T.(1995). Portrayals and effects of alcohol in television Entertainment Programming. *The Effects of the Mass Media on the Use and Abuse of the Mass Media on the Use and Abuse of Alcohol*. NIAAA, *Research Monograph*, 28, pp.133-150.
- Bryant, J., Zillmann, D.(2002). *Media Effect: Advances in Theory and Research* (2nd ed). NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Crosby, A. E., Sacks, J. J.(2002). Exposure to Suicide: Incidence and Association with Suicidal Ideation and Behavior: United States. 1994. *Suicide And Life-Threatening Behavior*, 32(3), pp.321-28.
- Erdogan, B., Baker, M. J., Tagg, S.(2001). Selecting Celebrity Endorsers: The Practitioner's Perspective. *Journal Of Advertising Research*, 41(3), pp.39-48.
- Etzersdorfer, E., Voracek, M., Sonneck, G. A.(2001). dose-response relationship of imitational suicides with newspaper distribution. *Aust N Z J Psychiatry*, 35(2), p.251.

- Gould, M.(2001). Suicide and the media. *Annals Of The New York Academy Of Sciences*, 932, pp.200-221.
- Gould, M., Jamieson, P., Romer, D.(2003). Media Contagion and Suicide Among the Young. *American Behavioral Scientist*, 46(9), pp.1269-1284.
- Hovland, C. I., Weiss, W.(1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, pp.635-650.
- Kahle, L. R., Homer, P. M.(1985). Physical Attractiveness of the Celebrity Endorser: A Social Adaptation Perspective. *Journal Of Consumer Research*, 11(4), pp.954-961.
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., Bracken, C. L.(2002). Content analysis in mass communication research: an assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28, pp.587-604.
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal Of Advertising*, 19(3), pp.39-52.
- Perreault, W. D., Laurence, E. L.(1989). Reliability of nominal data based on qualitative judgments. *Journal of Marketing Research*, 26, pp.135-48.
- Perse, E. M.(2000). Media effects and society. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rust, R .T., Cooil, B.(1994), Reliability measures for qualitative data: theory and implications. *Journal of Marketing Research*, 31, pp.1-14.
- Stack, S.(2000). Media Impacts on Suicide: A Quantitative Review of 293 Findings. *Social Science Quarterly*, 81(4), pp.957-971.
- _____ (2003). *Suicide in the Media: Reportage of Nonfictional Media: A Meta Analysis*. Conference Papers - American Sociological Association, pp.1-16.
- Tormala, Z. L., Briñol, P., Petty, R. E.(2006). When credibility attacks: The reverse impact of source credibility on persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, pp.684-691.
- Phillips, D. P.(1974). The Influence of Suggestion on Suicide: Substantive and

Theoretical Implications of the Werther Effect. *American Sociological Review*, 39(3), pp.340-354.

Yutaka Ono, Shuichi Awata, Hideharu Iida, Yasushi Ishida, Naoki Ishizuka, Hiroto Iwasa., et al.(2008). A community intervention trial of multimodal suicide prevention program in Japan: A Novel multimodal Community Intervention program to prevent suicide and suicide attempt in Japan, NOCOMIT-J. *BMC Public Health*, 8, 315. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2551615/>에서 인출.

beyondblue(2008. 9. 29). <http://www.beyondblue.org.au>에서 2011. 10. 3 인출.

한국자살예방협회(2011. 5. 27). <http://www.suicideprevention.or.kr>에서 2011. 7. 10 인출.

통계청(2011. 9. 8). 2010년 사망원인통계 결과. http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/2/6/2/index.board?bmode=read&bSeq=&aSeq=250282&pageNo=1&rowNum=10&navCount=10&currPg=&sTarget=title&sTxt=에서 2011. 11. 2 인출.

[내용분석 코딩시트]

I. 기사 분석

(i) 보도 날짜 : _____월 _____일

(ii) 보도 신문

- ① 조선일보 ② 중앙일보 ③ 동아일보 ④ 한겨레 ⑤ 문화일보
⑥ 노컷뉴스 ⑦ 쿠키뉴스 ⑧ 미디어오늘 ⑨ 오마이뉴스 ⑩ 프레시안
㉞ 기타 : _____

(iii) 기사 유형

- ① 스트레이트 기사 ② 기획.연재 기사 ③ 칼럼.해설 기사 ④ 통계 기사 ⑤ 독자투고
⑥ 사실 ㉞ 기타 : _____

(iv) 필자 유형

- ① 기자 ② 전문기자 ③ 전문가1: 의료전문가 ④ 전문가2: 의료전문가 외 기타(_____)
⑤ 일반인 ㉞ 기타 : _____

(v) 기사 주제 유형

- ① 자살사건 ② 자살기도 ③ 자살예방 ④ 자살통계 ㉞ 기타 : _____

(vi) 언급된 자살인물

- ① 스포츠 스타 ② 연예인/방송인 ③ 정치인 ④ 기업인 ⑤ 일반인
⑥ 군인/경찰/의경 ㉞ 기타 : _____

II. 보도 내용 분석

(i) 자살에 대한 전반적인 보도 시각

- ① 매우 부정 ② 부정 ③ 중립 ④ 긍정 ⑤ 매우 긍정

(ii) 기사내용 분석

1) 기사 표제(헤드라인)

- 기사 표제에 '자살' 단어 포함 : ① 예 ② 아니오

- 표제의 선정성

	상	중	하
극단적 표현	①	②	③
추측·의혹 표현	①	②	③
비속어·약어·신조어 표현	①	②	③
주장·강조 표현	①	②	③

2) 기사 내용

- 내용의 선정성

	상	중	하
극단적 표현	①	②	③
추측·의혹 표현	①	②	③
비속어·약어·신조어 표현	①	②	③
주장·강조 표현	①	②	③

- 표현 정도

	상	중	하
자살자에 대한 공감 및 감정적 동의	①	②	③
자살에 대한 미화	①	②	③
자살 방식 소개	①	②	③

- 권고안 준수 사항

자살자의 신상공개	① 예	② 아니오
유서공개	① 예	② 아니오
자살 방법 소개	① 예	② 아니오
자살 장소 소개	① 예	② 아니오
현장 묘사	① 예	② 아니오
자살한 사람 사진 공개	① 예	② 아니오
자살한 장소 사진 공개	① 예	② 아니오
자살 원인 단순 서술	① 예	② 아니오
자살 행위 미화	① 예	② 아니오
자살자 미화	① 예	② 아니오
자살을 문제 해결 수단으로 인정	① 예	② 아니오
자살률의 최근 경향	① 예	② 아니오
자살에 대한 치료 및 발전 양상 소개	① 예	② 아니오
치료 및 상담을 통한 극복 사례	① 예	② 아니오
자살 징후 소개	① 예	② 아니오
자살 위기에 처한 다른 사람을 돕는 방법	① 예	② 아니오
자살에 대한 경각심 언급 : 가족 고통, 후유증 등	① 예	② 아니오
대안 및 해결책 제시	① 예	② 아니오

Investigation into the Styles of Articles Regarding Suicide by Different Media:

Comparison of the Styles between
Internet Media and Newspapers

Yu, Hyunjae

(Sogang University)

Song, Jieun

(Sogang University)

This study is about news articles dealing with suicides which are thought to be one of the critical reasons behind increasing suicide rates in Korea. The researchers investigated how news articles are different from each other in styles depending on the types of news media. As a sample of this study, five traditional newspapers and five Internet news services were chosen along with actual news articles on suicides from January 1, 2011 to May 31, 2011. All articles that appeared in the media during the time period were collected through keyword search in major portal web sites. This study found that there were more articles that provide very detailed information about what methods people used in committing suicide and specific information about the victims, and that use direct expressions in headlines in Internet news media compared to traditional news media. It was also found that the suggestions from the Korea Suicide Prevention Association and the Ministry of Health & Welfare on limiting specific expressions and information which could cause people to commit suicide were not strictly observed both in Internet news services and traditional news papers.

Keywords: Suicide, Media Articles, Influence of Media on the Rate of Suicide