

빅데이터를 활용한 코로나19 전후 1인 가구 뉴스기사 비교

Big Data Analysis on News Articles on One-person Household:

A Comparison Before and After the COVID-19 Pandemic

김유진¹(Youjin Kim) <https://orcid.org/0000-0002-3356-2945> 조현지²(Hyeonji Cho) <https://orcid.org/0009-0007-6517-7957>

진미정^{3*}(Meejung Chin) <https://orcid.org/0000-0002-0826-9691>

¹Department of Child Development & Family Studies, Seoul National University, M.A.

²Department of Child Development & Family Studies, Seoul National University, M.A. Student

³Department of Child Development & Family Studies, Research Institute of Human Ecology,
Seoul National University, Professor

<초 록>

본 연구의 목적은 코로나19 이전과 이후 1인 가구 관련 뉴스기사 빅데이터의 토픽을 비교 분석함으로써, 1인 가구의 주요 키워드와 이슈 변화를 파악하고 1인 가구에 대한 사회적 관심의 경향성을 파악하는 것이다. 한국언론진흥재단에서 운영하는 빅카인즈(Bigkinds)를 이용하여 11개 전국일간지에서 코로나19 이전(2018~2019)과 이후(2020~2022. 9)에 '1인 가구'를 포함하여 보도한 뉴스기사(각각 4,870건, 8,875건)를 수집하였다. 넷마이너(NetMiner) 4를 사용하여 토픽 모델링 분석을 실시한 결과, 시기별로 7개의 주요 토픽과 토픽별로 출현확률이 높은 주제가 도출되었다. 먼저 코로나19 이전 시기에는 1) '경제'(소득, 청년, 인구), 2) '건강과 안전'(동물, 반려, 주민), 3) '식생활'(식품, 편식, 음식), 4) '주거 공간'(가전, 공유, 트렌드), 5) '주거 마련'(오피스텔, 도시, 아파트), 6) '소비'(편의점, 온라인, 배송), 7) '인구학적 특성'(여성, 청년, 남성)이라는 토픽이 도출되었다. 반면 코로나19 이후 시기에는 1) '건강과 안전'(안심, 치료, 여성), 2) '코로나19와 금전적 지원'(지원금, 재난, 신청), 3) '문화와 산업'(동물, 반려, 공간), 4) '인구학적 특성'(가족, 인구, 여성), 5) '소비와 식생활'(배달, 제품, 식품), 6) '주거 마련'(공급, 임대, 공공), 7) '정치적 이슈'(후보, 민주당, 의원)가 주된 토픽인 것으로 밝혀졌다. 최근 토픽이 '경제'에서 '건강과 안전'으로 바뀌었다는 점에서 코로나19의 영향력을 확인하였다. 또한 '문화와 산업'과 '주거 마련' 토픽과 같이 꾸준한 관심을 받고있는 이슈를 찾아볼 수 있었다. 한편, 소비자로서의 1인 가구에 주목했던 코로나19 이전과는 달리, 코로나19 이후에는 정책 수요자로서의 1인 가구에 언론의 관심이 모아졌다. 끝으로 2022년 선거, 정책의 확대 등 1인 가구 관련 최근 사건들이 뉴스기사에 반영된 바를 포착할 수 있었다. 이처럼 본 연구는 1인 가구를 둘러싼 사회적 논의 양상을 거시적으로 살펴보았다는 점에서 의의가 있다.

▲주제어: 1인 가구, 뉴스기사, 빅데이터, 코로나19, 토픽 모델링

• 이 논문은 2022년도 가정과삶의질학회 추계학술대회에서 포스터 발표한 논문을 수정, 보완한 것임.

* Corresponding Author: Meejung Chin, Professor, 222-410, Gwanak-ro 1, Gwanak-gu, Seoul 08826, Rep. of Korea. Tel: +82-2-880-1454, Fax: +82-2-885-2679, E-mail: mchin@snu.ac.kr

[Received] June 18, 2023; [Revised] August 8, 2023; [Accepted] September 12, 2023

I. 문제제기

본 연구의 목적은 코로나19 이전과 이후 1인 가구 관련 뉴스기사 빅데이터의 토픽을 비교 분석함으로써, 1인 가구의 주요 키워드와 이슈 변화를 파악하고 1인 가구에 대한 사회적 관심의 경향성을 파악하는 것이다. 최근 전체 가구 중에 1인 가구가 차지하는 비중이 커지면서 1인 가구에 대한 관심이 증가하고 있다. 1인 가구가 전체 가구에서 차지하는 비중은 33.4%(통계청, 2021)로, 세 가구 중 한 가구는 1인 가구이다. 1인 가구 증가에 따라, 중앙정부는 2020년 관계부처 합동 1인 가구 중장기 정책방향 및 대응방향을 제시하였고, 이듬해 법무부에서는 ‘사회적 공존 1인 가구 태스크포스(TF)’를 발족하여 제도 개선을 논의하였다. 2021년 서울시는 ‘1인 가구 특별대책추진단’을 신설하였으며 이는 2023년 현재 ‘1인 가구 담당관’이라는 새로운 이름으로 여성가족정책실에 이관되었다. 또한 1인 가구의 사회적 관계망과 심리 상태를 지원하는 사업이 각 지역의 가족센터를 중심으로 확장되는 등, 1인 가구를 대상으로 한 다양한 정책적 지원이 도입되고 있다. 이처럼 1인 가구를 둘러싼 정책적 관심이 커지는 상황에서 1인 가구에 관한 뉴스 기사를 분석함으로써 대중의 관심이 어떤 영역에 집중되어 있고 어떤 사회적 쟁점이 파생되고 있는지를 파악해 볼 수 있다. 이와 같은 연구는 사회, 문화, 경제, 정치 등 다방면으로 관심이 주목되는 1인 가구를 객관적, 포괄적으로 이해하는 데 기여할 수 있다.

코로나19 확산에 따른 사회적 거리두기 조치는 가족생활에 여러 변화를 가져왔고(진미정 외, 2020), 1인 가구도 예외는 아니었다. 특히, 코로나19 발생 이후 사회적 상호작용의 빈도가 감소하고, 혼자 보내는 여가시간이 증가하는 등 1인 가구의 일상생활 전반에 변화가 초래되었다(성미애 외, 2020). 1인 가구는 건강, 주거, 사회적 관계망 등의 측면에서 다른 가구 유형과 비교하여 상대적인 취약성을 지닌다. 서울특별시와 서울연구원(2021)에서 발표한 1인 가구 실태조사 및 제도개선 연구에 따르면 1인 가구는 다인 가구에 비해 소득과 자산이 적고 생활비가 부족하고, 주거 수준이 열악하며 폭력범죄에 더 취약한 것으로 나타났다. 먹거리 안전성과 식사 방식 등에서도 상대적 취약성이 드러났으며 사회적 관계망의 취약성도 제시되었다. 이처럼 건강, 주거, 사회적 관계망 등 다양한 차원의

취약성은 코로나19의 유행으로 더욱 커졌을 가능성이 있다. 코로나19 감염병의 높은 전염성으로 인해 대면 집단 활동이 위축되고 재택 활동이 크게 늘어난 점을 고려했을 때, 집에서 상호작용할 수 있는 대상이 없는 1인 가구는 다인 가구의 가구원들에 비해 상대적으로 더 큰 고립감과 어려움에 노출될 수 있기 때문이다.

본 연구가 관심을 가지는 2018년과 2022년 사이의 시기에는 코로나19가 유행했을 뿐 아니라, 전국동시지방선거 및 대통령 선거가 치러지고 제4차 건강가정기본계획과 제4차 저출산·고령사회기본계획이 발표되는 등 다양한 정치적, 사회문화적 변화가 존재하였다. 이러한 복합적인 맥락 속에서 1인 가구에 관한 사회적 관심은 코로나19 이전과 달라졌을 가능성이 있다. 분석된 경향이 코로나19 사태로 인한 것인지 확인하기 위해서는 팬데믹 전의 경향성과 비교해보아야 한다. 두 시기의 이슈를 모두 분석하고 비교할 때 비로소 팬데믹 전보다 축소 또는 확대된 이슈, 새로이 생겨난 이슈 등을 파악할 수 있기 때문이다.

미디어는 사회의 주요 이슈와 논의가 이루어지는 장인 동시에, 대중의 현실 인식과 수용에 막대한 영향을 미친다는 점에서 중요하다. 최근 빅데이터 분석기술이 발달함에 따라 대량의 뉴스 기사를 자료화하여 분석할 수 있는 연구가 가능해졌다. 빅데이터는 기존의 방식으로는 분석이 어려운 대용량 데이터를 분석하여 활용하거나, 이로부터 가치 있는 정보를 추출하여 결과를 도출한 후 능동적인 대응과 변화 예측을 가능하게 하는 정보화 기술을 의미한다. 뉴스기사 데이터 분석에서의 빅데이터 분석방법의 적용은 객관적인 자료를 직접적으로 사용함으로써 사회적 논의의 해석과 맥락 파악 과정에서의 주관적 해석이나 현실 왜곡이 줄어든다는 이점이 있다(최하영 외, 2020). 또한 특정 주제에 대한 이슈 분석은 언론보도를 통해 형성되는 사회적 관심과 논의의 맥락을 파악할 수 있다는 장점이 있으며, 이를 비판적으로 성찰함으로써 사회현상에 대한 실천적 논의를 가능하게 한다.

이처럼 사회적 관심의 파악과 비판적 성찰이 가능하다는 점에서 빅데이터 분석을 통해 코로나19 팬데믹 시기 뉴스기사에 내재된 사회적 경향성을 알아보는 것은 팬데믹에 의한 사회변화를 적절히 이해하기 위한 초석이 될 수 있다. 그 가운데 코로나19로 인한 취약성 심화가 두드러질 것으로 예상되는 1인 가구와 관련된 담론을 확인한다면, 1인 가구를 지원하는데 필요한 정책적 제언을 할 수 있다. 본 연구는 1인 가구에 대한 사회적 관심의 흐름에 따라 우리 사회가 1인 가구를 바라보는 시각과 그들이

필요한 정책적 지원을 확인함으로써 1인 가구에 대한 이해를 높이고자 한다.

II. 선행연구 고찰

1. 1인 가구를 대상으로 한 연구

1인 가구 관련 선행연구들을 살펴보면, 크게 1인 가구의 일상생활과 정책에 관한 연구로 나누어볼 수 있다. 1인 가구의 일상생활 연구는 일상생활의 위험요인과 보호·복자유인으로 구분하여 살펴보고자 한다. 위험요인에는 삶의 만족감, 우울감, 일상생활 스트레스, 주관적 건강상태 등이 있다. 강은택 외(2016)는 1인 가구가 전체 가구에 비해 삶의 만족감이 상대적으로 더 낮고, 기혼 1인 가구가 미혼의 경우보다 만족감이 더 낮다는 것을 보여주었다. 정순희와 임은정(2014)은 청년 1인 가구가 한국 사회에서 주류로서의 존재감을 확립하지 못했지만, 삶의 주체자의 속성을 지니며, 자신의 가치에 집착하고 현재의 소비에 몰두하는 등 기존의 다인 가구 중심의 삶과는 분명히 차이가 있음을 보여주었다. 1인 가구를 연령에 따라 집단을 나누어 살펴본 송나경 외(2019)의 연구에 따르면, 혼자 사는 청년보다 중·장년과 노년의 자살생각 경험 비율이 높은 것으로 나타났으며, 공통으로 우울감, 일상생활 스트레스, 주관적 건강이 자살 생각에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 중년 1인 저소득층의 경우 주관적 건강상태가 우울에 미치는 영향이 일반 가구와 다르게 유의미하게 나타났다(강보민, 이기영, 2020). 1인 가구의 스트레스 수준은 성별에 따라서도 차이가 나타나는데, 여성 1인 가구는 대체로 남성 1인 가구보다 높은 스트레스 수준을 가지고 있었고, 남녀격차는 범죄에의 노출과 안전 문제에서 가장 크게 나타났다(김정은, 2019). 1인 가구의 웰빙 및 심리적 부분을 다룬 연구들은 1인 가구가 다인 가구에 비해 취약하고, 연령, 성별, 사회경제적 배경 등 인구학적 특성에 따라 차이가 있음을 보여주었다.

한편, 보호·복자유인에는 사회적 관계 및 활동, 여가활동, 일상생활 등 전반적인 생활과 활동이 포함된다. 청년 1인 가구의 사회적 관계 및 활동을 살펴본 결과, 청년 1인 가구는 다른 유형의 가구에 비해 다른 사람과 함께 있는 시간이 짧았고(노혜진, 2018), 다인 가구와 유사한 여가활동을 즐기는 것으로 나타났다(우민희 외, 2015). 1인 가구의 일상생활 어려움을 유형화한 결과, 청년은 경

제와 주거에 특히 어려움을 겪는 유형이 가장 많았지만, 중장년 1인 가구는 경제, 주거, 안전, 정서 등 생활 전반에 걸쳐 취약성을 나타내는 유형이 가장 많았다(최하영, 진미정, 2021). 1인 가구의 일상생활 및 관계에 대한 연구들은 1인 가구가 다인 가구와 비슷한 여가활동을 하면서도 다른 삶을 살고 있으며, 연령에 따라 일상생활 어려움을 다르게 경험하고 있음을 제시하였다.

정책과 관련하여, 홍승아 외(2017)는 1인 가구 관련 주요 이슈로 경제적 안정, 독립을 위한 취업과 소득보장, 안정적 주거와 안전한 주거환경, 가족돌봄과 부양, 가족제도에 대한 부담 및 회피 문제, 자신의 라이프스타일 추구, 독립적 관계맺기 등을 추출하였다. 정부가 지원하는 1인 가구 정책들은 주거, 취업, 건강과 돌봄, 안전, 생활지원으로 나누어지는데, 이러한 정책은 미흡한 실정이며, 대부분 독거노인, 미취업청년, 여성, 저소득계층과 같이 특정 집단과 취약계층을 위한 정책이다(장임숙, 2020). 공통으로 건강지원과 주거지원이 필요하며, 사회적 취약계층으로 중년 1인 가구가 주목받음에 따라 이들을 위한 취업지원, 노후준비교육 및 서비스 연계와 정신건강관리 정책이 필요하다(강은나, 이민홍, 2016). 또한 이여봉(2017)은 연령 및 성별에 따른 1인 가구 맞춤형 지원책과 보편적 정책이 필요하며, 구체적으로 청년층을 지원하는 일자리 창출 및 사회적 안전망 정책, 중년층을 위한 빈곤·주거 및 건강 지원 정책, 노년층을 위한 자조적·사회적 부양책이 보장되어야 한다고 보았다. 1인 가구 정책 및 이슈에 관한 연구들은 1인 가구가 성별과 세대별로 특성이 매우 다양하고, 그 안에서도 정책 수요가 매우 이질적이며, 이에 맞춤형 지원 정책이 필요함을 제시하였다.

이와 같은 연구들은 1인 가구의 개인적 특성과 전반적인 삶을 나타낼 수 있고, 응답자 개인 수준에서 변인들 간의 관계를 파악하여 유의미한 정보를 제공한다. 또한 주로 편의표집에 근거한 설문조사나 한국복지패널조사와 한국노동패널조사 등의 전국적 범위의 설문조사, 질적 연구 방법을 활용하여 1인 가구와 관련한 특정한 변인에 초점을 둔다. 그러나 객관적 자료를 사용하여 사회적 담론과 논의의 맥락을 파악하고, 당대의 주류 집단의 시각과 이해를 살펴보기에는 한계가 있다. 이를 위해서는 방대한 양의 자료인 빅데이터 분석방법을 적용하여, 뉴스기사 등과 같은 언론 미디어에 나타나는 주요 이슈와 전반적인 사회 경향과 담론을 파악할 필요가 있다. 하지만 현재 1인 가구를 중심으로 한 빅데이터 분석 연구는 현저히 부족한 실정이다.

1인 가구를 대상으로 빅데이터를 수집하여 분석한 선행연구들을 살펴보면, 주로 뉴스기사와 소셜미디어에서 나타나는 1인 가구에 초점을 맞추고 있다. 뉴스기사에서 1인 가구가 어떻게 그려지고 있는지 내용분석을 한 결과, 1인 가구는 최근 한국 사회에서 가장 주목받는 ‘대세가구’이며 규모가 확대되고 있지만, 여전히 사회적 위험에 노출되어 보호 및 돌봄이 필요한 대상이라는 담론이 유지되고 있었다(김영주 외, 2018). 이와 비슷하게 언론에서 진행되고 있는 1인 가구 관련 담론들을 인권 측면에서 담론 분석을 한 결과, 1인 가구는 노인과 청년 1인 가구 등 특정 연령대를 중심으로 내용이 구성되고 있었고, 노인 1인 가구는 빈곤, 외로움과 같은 어려움이 강조되었고 청년 1인 가구는 소비와 주거가 강조되고 있었다(백승민, 김민지, 2017). 언론보도 및 소셜미디어에 나타난 1인 가구 범죄에 대해 분석한 결과, 1인 가구가 증가하면서 언론보도량도 함께 꾸준히 상승하였고, 지방자치단체별로 1인 가구에 대한 범죄대응 정책을 시행하고 지역 내 안전망 확보를 위한 노력을 하면서 2021년에 특히 언론보도가 상승하였다(김건희, 2022).

이처럼 빅데이터 분석 연구들에서 1인 가구 관련 보도량이 증가하고, 1인 가구가 여러 사회적 위험에 노출되어 취약한 대상으로 나타나고 있다. 1인 가구가 다른 가구 유형에 비해 취약하며 어려움을 경험하고 있고, 이들을 위한 지원과 정책을 필요로 한다는 점에서 1인 가구를 당사자 개인 수준에서 분석한 연구와 언론 및 미디어에서 살펴본 연구 결과가 대체로 비슷함을 알 수 있다. 그러나 개인 수준에서 분석한 연구는 개인의 사회인구학적 특성 및 여러 요인에 따라 결과가 상이하며, 본 연구의 목적이 1인 가구 관련 이슈 변화와 전반적인 사회적 관심의 경향성을 파악하는 것이므로, 본 연구에서는 뉴스기사 빅데이터에서 나타나는 1인 가구를 분석하고자 한다.

2. 코로나19 팬데믹 속 1인 가구의 생활

1인 가구를 대상으로 한 빅데이터 분석은 기존에도 이루어졌으나, 본 연구는 코로나19가 1인 가구에 미친 영향에 대해 초점을 맞추어 살펴보고자 한다. 1인 가구는 사회경제적, 정서적, 육체적 건강 측면에서 다인 가구에 비해 상대적인 취약성을 지니는데(이여봉, 2017), 코로나19 팬데믹의 유행이 이를 더 가중시켰을 수 있다. 코로나19 팬데믹 속 1인 가구의 연구들은 주로 소득과 경제적 어려움 및 스트레스, 식생활에 초점을 두고 이루어졌다.

2019년과 2020년 사이 1인 가구의 소득 변화를 살펴본 결과, 남성과 여성 모두 사업소득이 크게 감소하였고, 그중에서도 만 35~64세 사이 중장년층이 코로나19로 인한 경기 침체의 영향을 많이 받은 것으로 나타났다(김태완, 이주미, 2021). 1인 가구는 코로나19로 인한 경제적 피해가 가장 큰 가구 유형으로 확인되었고, 소득수준이 상대적으로 높았던 1인 가구가도 코로나19로 인해 소득이 감소한 것으로 나타났다(손병돈, 문혜진, 2021). 즉 1인 가구는 다른 가구 유형에 비해 코로나19로 인한 경제적 어려움을 더욱 심하게 겪은 것으로 보인다.

코로나19로 인한 경제적 상황의 악화는 1인 가구의 스트레스 수준을 높였고, 코로나19로 인한 사회적 거리두기는 1인 가구의 상호작용 빈도를 감소시키고 혼자 보내는 여가시간을 증가시켰다(성미애 외, 2020). 코로나19 팬데믹에 따른 노인 1인 가구의 일상생활 변화를 살펴본 결과, 노인의 전반적인 삶의 만족도와 주관적 건강 상태는 코로나19 상황에도 불구하고 조금씩 나아지고 있었던 반면, 다인 가구에 비해 삶의 질은 유의하게 낮게 나타났다(이서연, 장미나, 2022). 이를 통해 코로나19는 1인 가구의 삶의 질을 악화시켰고, 이에 이들의 사회적 고립을 예방하기 위한 정책적 노력이 필요함을 알 수 있다.

코로나19 이전과 이후에 배달음식 메뉴 간의 관계 특성을 조사하기 위해 네트워크 분석을 한 결과, 코로나19 발병 이후 1인 가구 소비자는 더 다양한 배달 음식 메뉴를 선택하는 것으로 나타났다(윤선미, 박득희, 2022). 코로나19 발병 이후 외식은 감소하고 배달음식 지출은 증가했을 것이라는 일반적 기대와는 다르게 그러한 가구는 1인 가구 전체의 18.1%에 불과했고, 노령층, 저소득, 농촌 거주 1인 가구의 경우 더 악화된 식생활을 가져왔으며, 소비자층별로 상반된 양상으로 코로나19로 인한 매식 소비의 변화를 가져왔다(김은순, 조재환, 2022). 직장을 다니고 있는 2~30대의 남녀 1인 가구를 대상으로 코로나19로 인한 음주형태 변화를 살펴본 결과, 회식이 줄어들면서 회식과 연관된 순응동기는 감소하였고 스트레스를 혼술로 해소한다는 대처동기를 관찰할 수 있었다(윤태훈, 손애리, 2022). 즉, 코로나19 팬데믹 기간 동안 배달음식을 시키고 음주로 스트레스를 푸는 등 1인 가구의 식생활이 더 악화되었다. 이와 같은 연구들을 통해, 코로나19 팬데믹이 1인 가구의 소득, 경제적 어려움 및 스트레스, 식생활에 변화를 가져왔음을 알 수 있다.

개인 수준에서 분석한 연구는 1인 가구별 특성과 요인에 따라 결과가 상이하며, 1인 가구에 대한 전반적인 사

회적 담론과 언론의 관심은 파악하기 어렵다는 한계가 있다. 따라서 본 연구에서는 코로나19 이전과 이후의 1인 가구 관련 이슈와 주요 토픽을 비교함으로써 코로나19가 1인 가구에 어떠한 영향을 미쳤는지, 대중의 관심과 사회적 관심의 경향성이 어떠한 방향으로 변화하였는지 살펴보고자 한다.

III. 연구방법

1. 자료 수집

본 연구는 뉴스기사 데이터를 수집하기 위해 빅카인즈(Bigkinds)를 활용하였다. 한국언론진흥재단에서 운영하는 빅카인즈는 1990년부터 현재까지 54개 매체의 뉴스 콘텐츠를 빅데이터화 하고 있으며, 비정형 텍스트를 분석이 가능한 정형화된 데이터로 변환함으로써 사회현상을 분석할 수 있는 기초 자료를 제공한다. 자료의 검색 기간은 두 시기로 구분하여, 코로나19 이전의 기사는 2018년 1월 1일부터 2019년 12월 31까지로 설정하였고, 코로나19 이후의 기사는 국내에서 코로나 관련 미디어의 보도가 본격적으로 시작되었던 2020년 1월 1일부터 2022년 9월 28일까지로 설정하였다. 언론 매체의 경우, 전국일간지(경향신문, 국민일보, 내일신문, 동아일보, 문화일보, 서울신문, 세계일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 한국일보) 11개 매체를 중심으로 수집하였다. 본 연구자료 수집을 위한 검색 키워드는 '1인 가구' 혹은 '1인가구'로 설정하여 보도된 뉴스 기사를 수집하였다. 그 결과 코로나19 이전 기사는 4,921건, 코로나19 이후 기사는 총 9,002건이 검색되었다. 빅카인즈에서 유사도가 높은 기사가 반복적으로 수집되거나, 인사, 부고, 동정 등 유의미한 분석결과를 기대하기 어려운 내용을 담은 기사는 분석 제외 기사로 분류하였다. 따라서 이러한 분석 제외 기사 각각 51건과 127건을 제외한, 총 4,870건의 코로나19 이전 기사와 8,875건의 코로나19 이후 기사를 수집하여 분석에 사용하였다.

뉴스기사 원문 데이터는 텍스트로 이루어진 문장과 문단으로 구성되어 있는데, 이를 분석하기 위해서는 분석 가능한 개별 단어로 추출하는 단계가 필요하다. 즉, 형태소 분석을 통해 형태소들의 집합으로 바꾼 뒤, 키워드들만 남겨놓는 작업이 필요하다. 빅카인즈는 뉴스기사 내 키워드를 추출하여 데이터로 제공하고 있는데, 이는 단순 숫자, 이메일 주소, 시간을 뜻하는 제외된 키워드 결과를

보여준다. 따라서 본 연구는 빅카인즈에서 제공하는 키워드 추출 데이터를 분석에 사용하였다.

2. 분석방법

분석 프로그램은 넷마이너(NetMiner) 4를 사용하였다. 위와 같은 수집 과정을 거친 자료는 단어의 중요도를 판별하는 TF-IDF 값이 0.5 이상인 것들만 사용하였고, 한글자로 구성된 단어는 의미를 파악하기에 어려움이 있으므로 단어의 길이가 두 글자 이상인 것만 분석에 활용하였다. 분석방법은 뉴스기사 데이터에서 잠재 디리클레 할당(LDA: latent dirichlet allocation)기법을 사용하여 토픽을 도출하였다. 토픽 모델링 방법은 비정형 데이터를 가지고, 머신러닝 알고리즘을 통해 확률분포를 바탕으로 각 토픽과 그에 해당하는 핵심 주제어들을 자동으로 추출하는 방법이다. 이는 대량의 텍스트 안에 잠재되어 있는 핵심 주제어와 주요 이슈들을 파악하는 데에 유용하며, 단어들이 주로 연관되어 등장하는 패턴을 파악함으로써 일관성 있는 주제를 도출할 수 있다는 장점이 있다(최효진, 2019).

LDA 기법에서는 최적의 토픽 수를 결정해야 한다. 그러나 최적의 토픽 수를 객관적으로 판단할 수 있는 절대적인 지표가 존재하지 않아(Gerlach et al., 2018), 연구자들이 다양한 방법으로 사용하고 있다. 최적의 토픽 수를 결정하기 위한 방법으로는 크게 두 가지가 있다. 첫째, 토픽과 그에 해당하는 내용을 보고, 해석의 가능성과 내용의 적합성을 고려하여 토픽 수를 결정하는 방법이 있다. 둘째, 혼잡도와 조화 평균, 일관도 등과 같이 여러 모델의 성능 지표를 비교함으로써 토픽의 수를 정하는 방법이 있다. 본 연구는 기존 선행연구(Binkley et al., 2014)와 같이 연구자의 해석 가능성과 내용 적합성에 따라 첫 번째 방법을 활용하여 토픽 수를 결정하였다. 또한 각 토픽별 상위 단어를 20개씩 추출하여 그 연관성을 살펴보았다. 이를 위해 토픽 수를 3개에서 10개로 점차 늘려가면서 토픽 모델링 분석을 실시하였다. 그 결과, 코로나19 이전과 이후 각각 7개의 토픽을 추출했을 경우 핵심 키워드와 주제의 중복이 최소화되고 각 키워드별로 해석이 용이하게 분류되었다. 토픽별로 출현확률이 높은 순으로 각각의 주제가 도출되었고, 각 토픽에 대한 상위 단어들을 토대로 토픽의 이름을 연구자들이 부여하였다. 분석결과를 직관적으로 파악하기 위해 핵심 키워드의 빈도수에 따라 상위 500개의 키워드를 워드 클라우드(word cloud) 형태

로 나타내었고, 토픽 모델링을 통해 추출한 핵심 토픽과 키워드는 스프링형 네트워크맵(spring map) 형태로 시각화하였다.

IV. 연구결과

1. 코로나19 이전 뉴스기사 분석

토픽 모델링에 앞서, 코로나19 발생 이전인 2018-2019년의 1인 가구 관련 뉴스기사의 상위 500개 키워드를 워드 클라우드 형태로 시각화하였다. <그림 1>과 같이 ‘소득’, ‘여성’, ‘청년’ 키워드가 눈에 띄게 자주 등장한 것을 알 수 있다. 코로나19 이전의 1인 가구 이슈 분석을 위해 LDA 토픽 모델링을 실시한 결과, 총 7개의 주요 토픽이 도출되었고 그 결과는 <표 1>과 같다.

첫번째 토픽, ‘경제’는 ‘소득’, ‘청년’, ‘인구’, ‘경제’, ‘최저’, ‘임금’, ‘감소’, ‘연금’, ‘기초’, ‘통계’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 해당 기간의 뉴스기사에서 가장 빈번히 나타난 토픽으로, 청년 1인 가구의 경제적 측면에 관한 보도가 자주 이루어졌음을 알 수 있다. 또한 금전적 지원의 종류로서 노인 대상의 기초연금에 관한 언급도 주목할 만하다.

두번째 토픽, ‘건강과 안전’은 ‘동물’, ‘반려’, ‘주민’, ‘노인’, ‘건강’, ‘고독사’, ‘안전’, ‘서울시’, ‘관리’, ‘예방’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 반려동물 등의 키워드가 1인 가구의 외로움, 심리 건강과 관련되어 등장하였고, 노인 1인 가구의 고독사 이슈가 여전히 자주 보도되고 있음을 확인할 수 있다.

세번째 토픽, ‘식생활’은 ‘식품’, ‘편식’, ‘음식’, ‘가정’, ‘건강’, ‘요리’, ‘과일’, ‘포장’, ‘조리’, ‘식사’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 1인 가구는 다인 가구와 달리 가정 내 모든 일을 혼자서 처리해야 하기 때문에 시간이 많이 부족

하여 직접 식재료를 구입하여 조리하기보다는 인스턴트 식품이나 외식을 선호하는 비율이 높다(허윤경, 심기현, 2016). 이와 같은 특유의 음식 문화가 건강 또는 산업 측면과 결합되어 뉴스기사에 등장하였음을 알 수 있다.

네번째 토픽, ‘주거 공간’은 ‘가전’, ‘공유’, ‘트렌드’, ‘공기’, ‘디자인’, ‘세대’, ‘라이프’, ‘냉장고’, ‘전자’, ‘주방’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 1인 가구, 특히 청년 1인 가구를 겨냥한 생활용품과 가전제품, 가구 등이 활발히 출시되는(채혜진, 오창섭, 2019) 최근의 흐름이 반영되어 있다.

다섯번째 토픽, ‘주거 마련’은 ‘오피스텔’, ‘도시’, ‘아파트’, ‘임대’, ‘공급’, ‘분양’, ‘부동산’, ‘면적’, ‘공공’, ‘입주’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 네번째 토픽이 인테리어와 관련되어 있다면, 이 토픽은 1인 가구의 주거 선택과 공급에 연관된다고 볼 수 있다.

여섯번째 토픽, ‘소비’는 ‘편의점’, ‘온라인’, ‘배송’, ‘배달’, ‘유통’, ‘매출’, ‘쇼핑’, ‘식품’, ‘마트’, ‘브랜드’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 1인 가구는 최근 그 규모가 커지고 있는 생필품, 식료품 배송 서비스의 가장 중요한 이용계층(손가영 외, 2022)이다. 이러한 특징을 가진 소비자로서 1인 가구를 비춘 경우를 생각해볼 수 있다.

일곱번째 토픽, ‘인구학적 특성’은 ‘여성’, ‘청년’, ‘남성’, ‘결혼’, ‘세대’, ‘자신’, ‘교수’, ‘부모’, ‘미래’, ‘경제’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 1인 가구가 특히나 성별과 혼인 여부 관점에서 자주 등장하였음을 유추할 수 있다.

뉴스기사 데이터에서 도출된 7개의 토픽과 각 토픽에 해당하는 핵심 키워드는 노드(node)를 연결하는 스프링 프레임워크(spring framework)를 통해 시각화하였고, 그 결과는 <그림 2>와 같다. 이를 통해 주요 토픽에 속하는 상위 키워드와 토픽 간 연결되는 매개 단어를 확인할 수 있다. ‘청년’과 ‘경제’는 토픽 1 ‘경제’와 토픽 7 ‘인구학적 특성’을 연결하고, ‘세대’는 토픽 4 ‘주거 공간’과 토픽 7



그림 1. 코로나19 이전 시기(2018-2019) 상위 500개 키워드 워드클라우드



그림 2. 코로나19 이전 시기(2018-2019) 토픽 네트워크맵

‘인구학적 특성’을 연결하는 매개 단어이다. 토픽 3 ‘식생활’과 토픽 4 ‘소비’를 연결하는 매개 단어로 ‘식품’을, 토픽 2 ‘건강과 안전’과 토픽 3 ‘식생활’을 연결하는 매개 단어로 ‘건강’을 확인할 수 있다. 인구학적 특성에서 경제, 청년, 세대는 사회경제적 배경과 연령대의 구분이라는 사회인구학적 특성을 나타낼 때 사용된다. 반면, 경제 토픽에서 경제와 청년은 청년의 경제적 어려움과 같은 상황을 설명할 때 사용되고, 주거 공간 토픽에서 세대는 주거 공간과 디자인을 구분하는 기준점과 차이를 설명하는 요인으로 사용된다고 볼 수 있다. 식생활 토픽에서 식품과 건강은 식생활의 건강성과 전반적인 질을 판단하기 위한 요소로 사용된다. 반면, 소비 토픽에서 식품은 소비의 대상 중 하나로 사용되며, 건강과 안전 토픽에서 건강은 건강한지와 아닌지 등 방향성을 포함한 단어와 기준으로 사용된다고 유추해 볼 수 있다.

2. 코로나19 이후 뉴스기사 분석

코로나19 발생 이후인 2020-2022년의 1인 가구 관련 뉴스기사의 상위 500개 키워드를 워드 클라우드 형태로 시각화하였다. <그림 3>과 같이 ‘지원금’, ‘가족’, ‘여성’ 키워드가 눈에 띄게 자주 등장한 것을 알 수 있다. 코로나19 이후의 1인 가구 이슈 분석을 위해 LDA 토픽 모델링을 실시한 결과, 총 7개의 주요 토픽이 도출되었고 그 결과는 <표 2>와 같다.

첫번째 토픽, ‘건강과 안전’은 ‘안심’, ‘치료’, ‘여성’, ‘고독사’, ‘예방’, ‘확진’, ‘병원’, ‘위험’, ‘노인’, ‘의료’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 경제 관련 토픽을 제치고 최빈 토픽으로 자리 잡았다는 점에서 코로나19 이후 1인 가구의 신체적, 심리적 건강 및 안전에 대한 관심이 증가하였음을 알 수 있다. 또한 1인 가구 지원센터의 개소, 여성 1인 가구 안전 지원 등 최근 이슈와의 관련성 역시 엿볼 수 있다.

표 1. 코로나19 이전 시기(2018-2019) 토픽 모델링 결과

토픽	% (n)	핵심 키워드 (확률 분포)				
1. 경제	18 (908)	소득 (.041)	청년 (.016)	인구 (.010)	경제 (.010)	최저 (.010)
		임금 (.010)	감소 (.010)	연금 (.010)	기초 (.009)	통계 (.008)
2. 건강과 안전	16 (813)	동물 (.019)	반려 (.019)	주민 (.013)	노인 (.011)	건강 (.010)
		고독사 (.009)	안전 (.009)	서울시 (.009)	관리 (.008)	예방 (.006)
3. 식생활	15 (770)	식품 (.022)	편식 (.013)	음식 (.012)	가정 (.010)	건강 (.009)
		요리 (.008)	과일 (.008)	포장 (.007)	조리 (.007)	식사 (.007)
4. 주거 공간	14 (695)	가전 (.009)	공유 (.007)	트렌드 (.006)	공기 (.005)	디자인 (.005)
		세대 (.005)	라이프 (.005)	냉장고 (.005)	전자 (.004)	주방 (.004)
5. 주거 마련	12 (618)	오피스텔 (.018)	도시 (.018)	아파트 (.017)	임대 (.016)	공급 (.013)
		분양 (.012)	부동산 (.009)	면적 (.008)	공공 (.007)	입주 (.007)
6. 소비	12 (618)	편의점 (.015)	온라인 (.014)	배송 (.013)	배달 (.012)	유통 (.012)
		매출 (.011)	쇼핑 (.010)	식품 (.010)	마트 (.010)	브랜드 (.009)
7. 인구학적 특성	12 (605)	여성 (.024)	청년 (.011)	남성 (.010)	결혼 (.010)	세대 (.007)
		자신 (.005)	교수 (.004)	부모 (.004)	미래 (.004)	경제 (.004)



그림 3. 코로나19 이후 시기(2020-2022) 상위 500개 키워드 워드클라우드

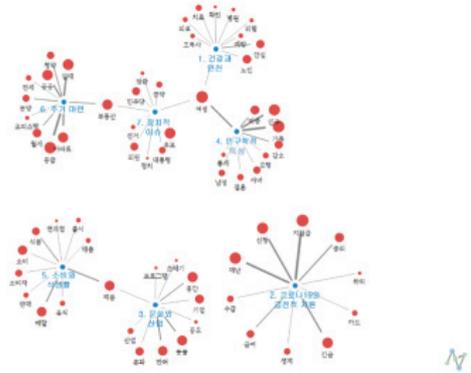


그림 4. 코로나19 이후 시기(2020-2022) 토픽 네트워크맵

두번째 토픽, ‘코로나19와 금전적 지원’은 ‘지원금’, ‘재난’, ‘신청’, ‘긴급’, ‘중위’, ‘급여’, ‘생계’, ‘카드’, ‘수급’, ‘하위’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 코로나19 이전의 분석 결과와 비교했을 때 1인 가구 대상 금전적 지원에 관

한 사회적 관심이 코로나19 재난 지원금으로 옮겨갔음을 알 수 있다.

세번째 토픽, ‘문화와 산업’은 ‘동물’, ‘반려’, ‘공간’, ‘문화’, ‘기업’, ‘쓰레기’, ‘공유’, ‘산업’, ‘제품’, ‘프로그램’ 등의

표 2. 코로나19 이후 시기(2020-2022) 토픽 모델링 결과

토픽	% (n)	핵심 키워드 (확률 분포)				
1. 건강과 안전	20 (1,826)	안심	치료	여성	고독사	예방
		(.011)	(.009)	(.008)	(.008)	(.007)
2. 코로나19와 금전적 지원	17 (1,618)	확진	병원	위험	노인	의료
		(.006)	(.006)	(.006)	(.006)	(.006)
3. 문화와 산업	14 (1,292)	지원금	재난	신청	긴급	중위
		(.045)	(.031)	(.025)	(.020)	(.014)
4. 인구학적 특성	13 (1,231)	급여	생계	카드	수급	하위
		(.011)	(.010)	(.009)	(.008)	(.007)
5. 소비와 식생활	13 (1,196)	동물	반려	공간	문화	기업
		(.015)	(.014)	(.012)	(.005)	(.005)
6. 주거 마련	13 (1,184)	쓰레기	공유	산업	제품	프로그램
		(.005)	(.005)	(.005)	(.004)	(.004)
7. 정치적 이슈	10 (970)	가족	인구	여성	비중	감소
		(.027)	(.022)	(.018)	(.012)	(.011)
1. 건강과 안전	20 (1,826)	결혼	남성	고령	통계	자녀
		(.010)	(.009)	(.009)	(.008)	(.008)
2. 코로나19와 금전적 지원	17 (1,618)	배달	제품	식품	소비자	판매
		(.016)	(.014)	(.013)	(.010)	(.009)
3. 문화와 산업	14 (1,292)	음식	매출	편의점	출시	소비
		(.009)	(.008)	(.007)	(.007)	(.007)
4. 인구학적 특성	13 (1,231)	공급	임대	공공	아파트	월세
		(.030)	(.024)	(.018)	(.017)	(.013)
5. 소비와 식생활	13 (1,196)	부동산	청약	분양	전세	오피스텔
		(.013)	(.012)	(.011)	(.010)	(.009)
6. 주거 마련	13 (1,184)	후보	민주당	의원	대통령	공약
		(.020)	(.010)	(.009)	(.009)	(.008)
7. 정치적 이슈	10 (970)	선거	여성	정치	장관	부동산
		(.007)	(.006)	(.005)	(.005)	(.005)

키워드로 구성되어 있었다. 1인 가구의 고유한 문화, 그리고 그것을 겨냥한 기업의 제품과 서비스에 대한 꾸준한 사회적 관심을 확인할 수 있었다.

네번째 토픽, ‘인구학적 특성’은 ‘가족’, ‘인구’, ‘여성’, ‘비중’, ‘감소’, ‘결혼’, ‘남성’, ‘고령’, ‘통계’, ‘자녀’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 코로나19 이전의 ‘인구학적 특성’ 토픽과의 차이점으로는 ‘남성’ 키워드의 출현 비중이 감소하였다는 점, 그리고 ‘가족’ 키워드가 가장 핵심이 되는 키워드로 등장하였다는 점을 꼽을 수 있다.

다섯번째 토픽, ‘소비와 식생활’은 ‘배달’, ‘제품’, ‘식품’, ‘소비자’, ‘판매’, ‘음식’, ‘매출’, ‘편의점’, ‘출시’, ‘소비’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 코로나19 이전과 마찬가지로 소비 행위자로서 1인 가구가 주목받고 있음을 다시금 확인할 수 있다.

여섯번째 토픽, ‘주거 마련’은 ‘공급’, ‘임대’, ‘공공’, ‘아파트’, ‘월세’, ‘부동산’, ‘청약’, ‘분양’, ‘전세’, ‘오피스텔’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 이 토픽 역시 코로나19 이전과 마찬가지로 1인 가구의 주거 형태가 하나의 주된 보도 주제임을 드러낸다.

일곱번째 토픽, ‘정치적 이슈’는 ‘후보’, ‘민주당’, ‘의원’, ‘대통령’, ‘공약’, ‘선거’, ‘여성’, ‘정치’, ‘장관’, ‘부동산’ 등의 키워드로 구성되어 있었다. 이는 2022년 치러진 전국동시지방선거와 대통령 선거의 영향으로 발생한 토픽이라 해석할 수 있다. 오세훈 서울시장의 ‘1인 가구 보호특별대책 본부 설치’ 공약과 같이, 증가하는 1인 가구의 표심을 잡기 위해 정치인들의 여러 공약이 반영된 결과이다.

코로나19 이후 스프링 프레임워크 시각화 결과는 <그림 4>와 같다. 토픽 1 ‘건강과 안전’, 토픽 4 ‘인구학적 특성’, 토픽 7 ‘정치적 이슈’를 연결해주는 매개 단어는 ‘여성’이다. ‘부동산’은 토픽 6 ‘주거 마련’과 토픽 7 ‘정치적 이슈’를 연결하고, ‘제품’은 토픽 3 ‘문화와 산업’과 토픽 5 ‘소비와 식생활’을 연결하는 매개 단어이다. 여성은 인구학적 특성 토픽에서 성별이라는 사회인구학적 특성으로 사용되는 반면, 건강과 안전 토픽에서는 취약한 특정 대상이라는 의미, 정치적 이슈 토픽에서는 젠더 갈등의 핵심, 선거의 초점 집단과 같은 의미로 사용될 수 있다. 부동산은 주거 마련 토픽에서 집을 마련하기 위한 매개물로 볼 수 있지만, 정치적 이슈에서는 경제적·정치적 논쟁거리의 핵심으로 사용될 수 있다. 소비와 식생활 토픽에서 제품은 소비되는 객체로서의 물품이지만, 문화와 산업 토픽에서 제품은 활성화하고자 하는 산업의 한 부분으로 사용된다고 유추해 볼 수 있다.

V. 결론 및 논의

본 연구는 코로나19 이전과 이후의 1인 가구 관련 뉴스 기사 빅데이터의 주요 토픽을 비교 분석함으로써, 1인 가구의 키워드 및 이슈 변화와 사회적 관심의 경향성을 파악하려는 목적으로 실시되었다. 토픽 모델링 결과, 코로나19 이전 시기(2018-2019)에는 1) ‘경제’, 2) ‘건강과 안전’, 3) ‘식생활’, 4) ‘주거 공간’, 5) ‘주거 마련’, 6) ‘소비’, 7) ‘인구학적 특성’이라는 토픽이 도출되었다. 반면 코로나19 이후 시기(2020-2022)에는 1) ‘건강과 안전’, 2) ‘코로나19와 금전적 지원’, 3) ‘문화와 산업’, 4) ‘인구학적 특성’, 5) ‘소비와 식생활’, 6) ‘주거 마련’, 7) ‘정치적 이슈’가 주된 토픽인 것으로 밝혀졌다.

이어서 코로나19 이전과 이후의 ‘1인 가구’ 주요 이슈를 비교한 결과, 다음과 같은 세 가지의 주요 결론을 도출하였다. 먼저 코로나19 유행으로 인한 직접적인 변화를 확인할 수 있었다. 코로나19 이후 소득, 임금과 같은 경제 관련 기사가 축소되고, 최빈 토픽이 ‘경제’에서 ‘건강과 안전’으로 바뀌었다. 이는 코로나19로 인해 증가한 건강과 안전에 관한 관심이 1인 가구 논의에도 적용되었다는 것을 시사한다. 실제로 선행연구에 따르면 1인 가구는 다인 가구에 비해 우울 증상에 더 취약하다(강은택 외, 2016; 황희훈 외, 2022). 연구의 결과가 언론에 비추어지는 사회 담론과 일치하는 것으로 보아, 1인 가구의 건강성을 증진하고 안전을 보장할 수 있는 제도 및 프로그램이 더욱 필요하겠다. 또한 두 시기 모두 금전적 지원 관련 토픽이 등장했지만 핵심 키워드를 확인한 결과, 초점이 기초연금에서 코로나19 재난 지원금으로 바뀌었다는 것 역시 코로나19의 영향력을 나타낸다.

다음으로, 코로나19 상황과는 무관하게 ‘문화와 산업’과 ‘주거 마련’ 이슈는 꾸준히 관심을 받고 있었고, 특히 ‘여성’ 키워드가 지속적으로 언급되고 있음을 확인할 수 있었다. ‘배달’, ‘편의점’과 같은 공통적인 키워드를 통해, 혼자서 식사를 해결하고 간편하게 식사하기를 원하는 1인 가구의 식생활 문화를 파악할 수 있다. 또한 1인 가구의 주생활과 관련하여, ‘오피스텔’, ‘임대’, ‘아파트’, ‘부동산’과 같은 공통적인 키워드들이 등장하였음을 알 수 있다. ‘여성’ 키워드의 경우 코로나19 이전과 이후에 꾸준히 등장하였는데, 이는 2019년 ‘신림동 주거 침입 사건’ 이후, 여성 1인 가구 대상 주거침입 및 스토킹 범죄에 대한 사회적 관심의 증가를 반영한다고 해석된다. 많은 지자체에서는 이에 대한 대응으로 여성 1인 가구에게 피해예방 안

심장비를 지원하는 서비스를 실시하고 있다. 여성 1인 가구의 어려움을 해결하고, 그들을 지원할 수 있는 활발한 지원 및 정책이 필요하다.

한편, 주요 토픽은 비슷한 경향을 보였지만, 구체적인 키워드에서는 조금씩 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 코로나19 이후 ‘청년’이라는 특정 연령에 대한 키워드와, 가전 제품, 트렌드, 디자인과 같은 주거 공간 인테리어에 대한 키워드가 사라진 것을 알 수 있다. 즉, 코로나19 이전에는 라이프스타일과 관련하여 소비자로서의 1인 가구에 언론의 관심이 많았다면, 코로나19 이후에는 정책 대상으로서 1인 가구에 관심이 증가하고 있는 것으로 볼 수 있다. 2014년 세계적 가구 브랜드인 이케아(IKEA)가 한국에 상륙하고, 2016년에는 온라인 가구·인테리어 플랫폼 ‘오늘의 집’이 전자상거래 사업을 시작하는 등 2010년대 중후반 국내의 셀프 인테리어 열풍이 1인 가구의 증가와 맞물렸고, 관련 트렌드가 꾸준히 이어져왔다고 해석해볼 수 있다. 다만 2020년 이후 범정부적 TF와 관련 부서 신설 등 중앙정부와 지자체의 1인 가구에 대한 정책적 관심이 급증함에 따라 상대적으로 소비자로서의 1인 가구를 향한 언론의 관심이 약화된 것으로 보인다. 특히 팬데믹 시기 대면 접촉이 감소함에 따라 사회적 고립이 심화되는 등 1인 가구가 상대적으로 더 크게 느끼는 어려움이 존재하였고, 이에 대한 대응으로써 정부와 지자체는 1인 가구 돌봄 서비스를 확대하였다. 예를 들어 2022년 진주시는 1인 가구 안부살핌 서비스와 어르신 돌봄 서비스를 강화하였다. 또한 ‘청년’ 키워드가 삭제된 것은 다른 연령층의 1인 가구에 비해 사회적 고립에 더욱 취약한 노인 1인 가구가 정책 수요자로서 언론의 조명을 받았기 때문으로 해석할 수 있다.

끝으로 2020년 이후 발생한 1인 가구 관련 사건들이 즉각적으로 보도에 반영된 것을 확인할 수 있었다. 예를 들어 1인 가구 지원센터와 1인 가구 포털의 등장으로 시행되고 있는 여러 1인 가구 지원 정책들이 핵심 키워드에 등장하였다. ‘안심’ 키워드는 서울시에서 발표한 ‘4대 분야(건강·범죄·고립·주거)안심정책’, ‘여성 1인 가구 안심지원사업’ 등의 지원 정책과 관련되어 있다고 보인다. 또한 ‘인구학적 특성’ 토픽에서 ‘가족’ 키워드의 등장은 제4차 건강가정기본계획(2021~2025)과 제4차 저출산·고령사회기본계획(2021~2025)에서 가족의 범위를 확대하고 다양한 가족을 인정하자는 논의와 연관이 있다고 볼 수 있다. 즉, 1인 가구를 하나의 가족으로 볼 것인지에 대한 논쟁에서 ‘가족’ 키워드가 나왔다고 추론해볼 수 있다.

본 연구가 가지는 한계 및 의의는 다음과 같다. 첫째, 뉴스기사 데이터를 중심으로 한 빅데이터 분석을 함으로써 연구자의 주관성이 개입되는 것을 최소화하였지만, 토픽의 수를 결정하고 이름을 명명하는 과정에서 연구자의 주관적인 의견을 완전히 배제할 수는 없다. 둘째, 뉴스기사에 국한된 정보를 수집 및 분석함으로써 1인 가구의 개인내적인 특성을 파악할 수는 없다는 한계가 있다. 뉴스 기사를 통해 1인 가구에 대한 전반적인 사회적 관심을 파악할 수는 있지만, 1인 가구의 개인적인 생활방식과 어려움, 주관적인 인식 등은 알 수 없다. 그러나 본 연구는 다음과 같은 의의를 가진다. 빅데이터 분석 방법을 통해 우리 사회가 1인 가구와 관련하여 꾸준히 관심을 가져온 부분들, 특정 사건/사고로 인해 언론의 조명을 받은 부분들, 그리고 코로나19라는 전례 없는 전염병 사태로 인해 새로이 등장한 관련 이슈들을 명료히 구분해내었다. 특히 코로나19 이전과 이후의 뉴스기사에 나타난 1인 가구 이슈의 변화 추이 및 의미를 탐색함으로써, 1인 가구를 둘러싼 사회적, 정책적 논의의 맥락을 거시적으로 살펴보았다는 점에서 의의가 있다.

참고문헌

- 강보민, 이기영(2020). 중년 1인 가구의 우울에 영향을 미치는 생태체계요인: 일반 가구와 저소득층 가구 비교. *한국사회과학연구*, 39(3), 5-38. <http://doi.org/10.18284/jss.2020.12.39.3.5>
- 강은나, 이민홍(2016). 우리나라 세대별 1인가구 현황과 정책 과제. *보건복지포럼*, 234, 47-56.
- 강은택, 강정구, 마강래(2016). 1인 가구의 주관적 삶의 만족감에 관한 연구: 미혼 1인 가구와 기혼 1인 가구를 중심으로. *사회과학연구*, 27(1), 3-23. <http://doi.org/10.16881/jss.2016.01.27.1.3>
- 김건희(2022). 언론 보도 및 소셜미디어 분석을 이용한 1인 가구 범죄의 사회적 인식연구. *한국치안행정논집*, 19(4), 27-46. <http://doi.org/10.25023/kapsa.19.4.202211.27>
- 김영주, 변유정, 차승은(2018). 일인가구를 둘러싼 신문기사 분석: 가족학 연구에 관한 시사점을 중심으로. *한국가족관계학회지*, 23(2), 67-87. <http://doi.org/10.21321/jfr.23.2.67>
- 김은순, 조재환(2022). 코로나19 발생전·후 1인가구의 매식 비용 변화 요인분석. *한국지역사회생활과학회지*, 33(1), 123-138. <http://doi.org/10.7856/kjcls.2022.33.1.123>

- 김정은(2019). 남녀 1인가구가 차별적으로 인지하는 스트레스 요인에 대한 연구. *가족과 가족치료*, 27(1), 73-101. <http://doi.org/10.21479/kaft.2019.27.1.73>
- 김태완, 이주미(2021). 코로나19 이후 1인 가구 소득 변화: 가계동향조사 기준. *보건복지 Issue & Focus*, 399, 1-10. <http://dx.doi.org/10.23064/2021.03.399>
- 노혜진(2018). 청년 1인가구의 사회적 관계. *보건사회연구*, 38(2), 71-102. <http://doi.org/10.15709/hswr.2018.38.2.71>
- 백승민, 김민지(2017). 인권의 측면에서 본 1인 가구 담론분석: 2009-2017년 조선일보와 한겨레. *사회과학연구*, 28(4), 217-241. <http://doi.org/10.16881/jss.2017.10.28.4.217>
- 서울특별시 서울연구원(2021). *서울시 1인가구 실태조사 및 제도개선 연구용역 보고서*. 서울: 서울연구원.
- 성미애, 진미정, 장영은, 손서희(2020). 코로나19에 따른 1인가구의 일상생활 변화 및 스트레스: 사회적 지원과 가족탄력성을 중심으로. *한국가족관계학회지*, 25(3), 3-20. <http://doi.org/10.21321/jfr.25.3.3>
- 손가영, 황지현, 홍성조(2022). 1인가구 밀집지역 상권의 식품 매출액 변화: 온라인 식품쇼핑 활성화 시기를 중심으로(2015~2019). *한국산학기술학회논문지*, 23(7), 52-61. <http://doi.org/10.5762/KAIS.2022.23.7.52>
- 손병돈, 문혜진(2021). 코로나19로 인한 경제적 어려움은 누구에게 집중되었는가?. *한국사회복지학*, 73(3), 9-31. <http://doi.org/10.20970/kasw.2021.73.3.001>
- 송나경, 박향경, 노재성(2019). 1인가구의 연령계층별 자살 생각 비교연구. *한국사회복지조사연구*, 61, 133-164. <http://doi.org/10.17997/SWRY.61.1.5>
- 우민희, 이명진, 최셋별(2015). 청년세대 일인가구의 여가활동 및 가족가치관에 관한 연구: 청년세대 다인가구와 비교를 중심으로. *한국사회*, 16(1), 201-231. <http://doi.org/10.22862/kjsr.2015.16.1.007>
- 윤선미, 박득희(2022). 코로나19 발병 이전과 이후 1인가구의 배달음식 메뉴 선택 행동 조사: 사회연결망 분석을 적용하여. *호텔관광연구*, 24(5), 37-52. <http://doi.org/10.31667/jhts.2022.10.94.37>
- 윤태훈, 손애리(2022). 언어 네트워크 분석을 활용한 코로나19로 인한 남녀 1인가구 사무직 직장인의 음주행태 변화 연구. *알코올과 건강행동연구*, 23(1), 65-79. <http://doi.org/10.15524/KSAS.2022.23.1.065>
- 이서연, 장미나(2022). 코로나19 팬데믹에 따른 노년층의 일상생활 변화와 삶의 질: 1인 가구와 다인 가구 비교를 중심으로. *Family and Environment Research*, 60(2), 163-176. <http://doi.org/10.6115/fer.2022.011>
- 이여봉(2017). 1인 가구의 현황과 정책과제. *보건복지포럼*, 252, 64-77.
- 장임숙(2020). 1인가구의 젠더 특성과 정책방안. *지방정부연구*, 24(1), 373-397. <http://doi.org/10.20484/klog.24.1.17>
- 정순희, 임은정(2014). 청년 1인 가구의 삶에 대한 연구. *Financial Planning Review*, 7(4), 1-19.
- 진미정, 성미애, 손서희, 유재언, 이재림, 장영은(2020). 코로나19 확산에 따른 가족생활 및 가족관계의 변화와 스트레스. *Family and Environment Research*, 58(3), 447-461. <http://doi.org/10.6115/fer.2020.032>
- 채혜진, 오창섭(2019). 1인 가구 주거 공간의 디자인 문화: 어플리케이션 <오늘의집>의 '집들이' 게시물 중심으로. *Archives of Design Research*, 32(4), 97-111. <http://doi.org/10.15187/adr.2019.11.32.4.97>
- 최하영, 이재림, 진미정(2020). 친밀한 파트너십과 가족정책 관련 뉴스기사 및 댓글에 대한 토픽모델 분석. *가족과 문화*, 32(4), 29-60. <http://doi.org/10.21478/family.32.4.202012.002>
- 최하영, 진미정(2021). 청년과 중장년 비혼 1인가구의 일상생활 어려움 잠재프로파일과 가족 관련 태도. *한국가족관계학회지*, 26(2), 195-223. <http://doi.org/10.21321/jfr.26.2.195>
- 최효진(2019). 텍스트 마이닝을 활용한 국내 현대무용 분야 선행연구 조사. *무용예술학연구*, 76(4), 97-111. <http://doi.org/10.16877/kjds.76.4.201912.97>
- 통계청(2021). 인구주택총조사. <https://kosis.kr/index/index.do>에서 인출.
- 황희훈, 김예진, 정다송, 이덕희, 이동훈(2022). 코로나 대유행이 부정정서, 우울, PTSD 증상, 자살사고에 미치는 영향에 관한 4개월 단기종단연구. *상담학연구*, 23(6), 105-134. <http://doi.org/10.15703/kjc.23.6.202212.105>
- 허윤경, 심기현(2016). 수도권에 거주하는 1인 가구 식생활 태도 조사. *한국식품영양학회지*, 29(5), 735-745. <http://doi.org/10.9799/ksfan.2016.29.5.735>
- 홍승아, 성민정, 최진희, 김진욱, 김수진(2017). *1인가구 증가에 따른 가족정책 대응방안 연구*. 서울: 한국여성정책연구원.
- Binkley, D., Heinz, D., Lawrie, D., & Overfelt, J. (2014). Understanding LDA in source code analysis. *ICPC 2014: In Proceedings of the 22nd International Conference on Program Comprehension*, 26-36. <https://doi.org/10.1145/2597008.2597150>
- Gerlach, M., Peixoto, T. P., & Altmann, E. G. (2018). A network approach to topic models. *Science Advances*, 4(7), 1-11. <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aq1360>

<Abstract>

This study aims to explore and compare the social agenda about one-person households, before and after the COVID-19 pandemic by analyzing news big data. Using "Bigkinds" operated by Korea Press Foundation, articles reported before (2018-2019) and after (2020-Sep.2022) the COVID-19 were collected from 11 national daily newspapers (4,870, 8,875 each). Then we conducted topic modeling method by "NetMiner 4". The result showed seven major topics for each period, and specific keywords of each topic were derived in the order of high probability of appearance. Before the pandemic, the main topics were 1) 'economy' (income, youth), 2) 'health and safety' (animal, companion), 3) 'diet' (food, picky), 4) 'residential space' (home appliances, sharing), 5) 'housing' (officetel, city), 6) 'consumption' (convenience store, online), 7) 'demographic trends' (women, youth). Meanwhile, topics after the pandemic were 1) 'health and safety' (relief, treatment), 2) 'COVID-19 and financial support' (relief fund, disaster), 3) 'culture and industry' (animal, population), 4) 'demographic trends' (family, population), 5) 'consumption and diet' (delivery, product), 6) 'housing' (supply, rent), 7) 'political issue' (candidate, democratic party). The influence of COVID-19 was confirmed in that most frequently-appeared topic has changed into 'health and safety'. Some topics like 'culture and industry' and 'housing' appeared steadily. While one-person households as consumers were focused before the pandemic, those as policy demanders were more highlighted after the pandemic. We found that related social events were reflected in the derived topics as well. The significance of this study lies in the comprehensive examination of social discourse surrounding one-person households.

▲Keywords : one-person households, news article, big data, COVID-19 pandemic, topic models