

인터넷 뉴스프레임

인터넷 미디어발달의 장기적인 뉴스보도 경향연구*

권상희**

(성균관대학교 신문방송학과 교수)

본 연구는 인터넷발달의 과정에서 발달단계인 초기(보급·확산)부터 보편적으로 활용되고 있는 사회문화기인 현재까지 발달과정을 실증적이며 이론모델을 제시한 연구이다. 전통적인 매체에서 어떠한 방식으로 보도해왔는가를 통해 각 시기별로 나타나는 미디어적특성을 이해하는데 그 목적이 있다. 주요 뉴스미디어들이 어떠한 보도경향—틀 짓기(프레임)—방식으로 인터넷발달을 기록해 왔는지를 살펴보았다. 이를 위해 1989년부터 2004년까지의 기사를 대상으로 내용분석을 실시했다. 또한, 인터넷의 기술발전과 이용추이에 따라 4시기로 구분했는데 인터넷 상용화이전·도입기, 인터넷 확산기, 인터넷의 상업적 상용화기, 인터넷의 사회·문화기가 그것이다.

분석결과, 신문보도의 프레임 요소와 방법은 각 시기별로 대체적으로 차별적인 방식으로 구성되었다. 특히 사회·문화기로 접근할수록 초기의 기술위주의 계열화방식에서 점차적으로 통합화 방식으로 전환되어 왔다. 결국, 인터넷의 이용 폭이 확대되고 사회전반으로 그 영향력 범위가 넓어짐에 따라 신문은 사회 안에서 인터넷이 갖고 있는 의미와 문제점 등에 초점을 맞추었다는 것이다. 그러나, 기존의 미디어 대체적 시각에서 바라보는 것과 같은 경쟁적인 프레임이나 보도경향은 뚜렷하게 드러나지 않았다. 오히려 인터넷의 도입 이후 장기적으로 국가차원 이용과 같은 주제보도(thematic coverage) 차원으로부터 일상적인 이용보도인 일화보도(episodic coverage)가 많은 쪽으로 옮겨갔다. 장기적으로 인터넷 보도시각은 변화양상을 보여 왔으나, 어느 한 측면(낙관적 혹은 비관적, 호의적 또는 비호의적)에 치우치지 않고 대체로 중립적인 프레임을 실증적으로 확인하였다.

주제어: 인터넷 시기구분, 프레임, 계열화(seriation), 통합화(skeumorphs) 관점, 미디어 발달, 사회구성주의

* 이 논문은 방일영문화재단의 2004년도 학술연구비를 지원받아 이루어졌음. 본 논문연구의 자료수집·처리에 한승수(성균관대학교 신문방송학과) 연구원의 도움에 감사드립니다.

** skweon@skku.edu

1. 서론

1) 문제제기

뉴미디어나 새로운 커뮤니케이션 테크놀로지의 발달은 어떤 모형으로 발달해왔는가에 관한 연구와 관심을 언제나 존재해왔다. 뉴미디어이면서 모든 미디어와 메시지를 융합(convergence)·재매개화(remediation)한 인터넷은 어떤 유형으로 진화 발달해왔는가, 이를 기존 전통미디어는 인터넷 발달과정 어떻게 기록하고 프레임 했는가라는 연구문제가 본연구의 시발점이다. 1969년 초 시작된 미 국방성의 한 연구실에서 가상적인 아이디어로 존재했던 인터넷은 동서 냉전의 전략적 가치에 의해 개발되고, 학문적 교류를 위한 네트워킹 체계를 거쳐 이제 세계적으로 이용인구수 6억 명에 육박하는 미디어로 급성장했다(2002년 5억 7,600만 명 — 한국인터넷 백서, 2004, 63쪽). 우리나라의 경우, 1994년 국내에 보급되기 시작할 당시 13만 여명에 지나지 않던 인터넷 사용자수는 불과 10년 만에 약 235배가 증대된 3천만 명(한국인터넷 정보센터자료 참조) 수준까지 급성장했다. 이러한 인터넷의 급성장은 컴퓨터와 통신기술, 그리고 이들 기술의 배합과 응용에 의해 정치, 경제를 포함한 사회 각 분야에 영향을 미치고 있다.

정치적으로는 전자민주주의 시대에 대한 기대를 갖게 하고, 경제적으로는 e-commerce로 대표되는 전자 상거래와 e-business의 활성화로 나타나고 있다. 사회적으로는 일과 놀이의 경계를 허무는 전자메일에서 정보와 뉴스 검색, 쇼핑, 주식, 홍보, 진료, 서비스 등의 변화를 가져오면서 e-life시대(Newswweek, 1999. 9)를 예고하고 있다. 이러한 변화는 인터넷과 관련된 기술의 발달과 그 기술들이 사회에 개입되고 작용되는 방식, 즉 사회와의 상호작용에 의한 결과이다. 즉 인터넷 관련 기술에 미치는 규제를 포함한 정책적 결정들, 산업적 측면의 이용과 관련된 기업의 수요, 이용자 측면, 다른 기술과의 관계 등이 영향을 미친 결과이다.

하나의 기술이 사회적으로 충분히 침투하기에는 약 30년 정도의 기간

이 소요된다(Saffo, 1992)는 이른바 '30년 법칙'에 따르면, 기술의 확산을 예측할 때 보다 장기적인 안목이 필요하며 확산기간, 대용합, 폭발기간 등 기술변화를 몇 가지 단계로 파악해야 한다는 점을 시사해 준다. 이러한 단계 변화는 사회와의 상호작용의 결과이며, 그 과정 속에는 각 단계별로 기술의 변화를 보도하는 미디어 해석자로서 언론이 중요한 위치에 있다. 기술변화에 대한 언론의 중요성은 베이더(Bader, 1990)의 주장을 보면 더 명료해진다. 그는 미국 일간신문에서 과학보도가 활발해진 이유를 세 가지로 들고 있다. 첫째, 일반 수용자들의 경우 날로 발전해 가는 기술을 습득하지 못해 주된 의사결정과정에서 제외될 것을 두려워하게 되는데, 이들은 대중매체를 과학기술에 대해 가장 접하기 쉬운 교육채널로 간주한다. 둘째, 대부분의 과학자들과 과학기술 관계자들은 공중의 기술에 대한 이해부족은 그들의 연구조직과 자금에 좋지 않은 영향을 끼칠 것으로 우려하고, 언론을 효과적인 과학기술 교육도구로 간주하게 된다. 마지막으로 언론편집자들에게는 과학기술이 고품질의 정보로서 수용자들의 관심을 끌 수 있는 인기품목(drawing card)으로 간주된다는 것이다.

과학기술과 관련해 언론은 일정한 보도 패턴을 갖고 있다. 과학기술을 다루는 뉴스는 과학기술의 발달과정을 기록할 뿐만 아니라 그것이 사회와 어떠한 연관성이 있는지를 시·공간적으로 제시해 준다. 새로운 기술과 관련해 언론은 긍정적인 측면에서 기사를 다루어서 기술변화나 보급을 촉진하는 가속자(accelerator)로서의 역할을 할 수도 있고, 또는 부정적인 측면을 부각시켜 기술 변화를 더디게 하거나 사멸시켜 버리려는 제한자(braker)의 역할을 할 수도 있다.

새로운 미디어로서의 인터넷에 대한 기존의 연구들은 인터넷이 기존의 매체를 대체(박천일, 2000; 이광훈, 2003; 김진영, 2004)하는가의 문제와 전통미디어 활용에 끼치는 영향에 대한 접근들(심미선, 2001; 박종민, 2003; 유세경, 2004)이 많았다. 인터넷이 기존의 미디어들을 대체한다는 연구에서는 적소이론(niche theory)을 활용한 것들이 많았고, 기존의 매체 중 인터넷 이용은 텔레비전과의 상호연관성을 갖는다는 연구결과들도 있었다. 이러한

논의들과는 별개로 인터넷은 그 초기 단계부터 지금까지 가장 빠른 시일 내에 대중 매체적 위치를 점한 매우 보기 드문 것임에는 이견이 없을 것이다. 이러한 인터넷의 미디어적 성장과정과 발전단계에 대한 연구, 특히 기존의 전통적인 미디어들이 신규 매체인 인터넷에 대해 어떠한 방식으로 자리 매김하고 보도해 왔는지에 대한 연구는 찾아보기 힘들다. 미디어로서의 속성뿐만 아니라 과학기술에 기반하고 있는 인터넷은 기존의 매체들에 의해 여러 가지 방식으로 묘사되고 평가되어 왔으며 그러한 보도방식들이 수용자들에게 특정한 인식의 틀을 형성하게 하는데 기여했을 것이다.

그러므로 인터넷 관련 기술이 우리 사회에 어떻게 개입되고 작동하는지 그 방식을 이해하기 위해서는 기존의 전통미디어가 인터넷관련 기술의 각 발달 단계에서 어떠한 뉴스 프레임을 구성했는지를 살펴보는 것이 필요하다. 어떠한 매개(mediation)와 표상(representation)을 통해 인터넷관련 뉴스 프레임이 구성되었는지를 살펴봄으로써 인터넷과 관련된 어떤 기술과 내용들이 부각되고, 배제되면서 수용자의 인식에 영향을 미쳤는지 간접적으로 알아볼 수 있기 때문이다.

2) 연구목적

본 연구의 목적은 언론이 공공담론의 조성자일 뿐만 아니라, 사회, 문화적으로 구성된 담론을 반영하고 있다는 것에 주목해(미디어 패키지-media package/Gamson, 1989) 기존 미디어가 인터넷 발달에 대해 어떠한 보도 경향을 취해왔는지를 밝힘으로써 우리 사회에서 이루어지고 있는 인터넷 관련 인식을 역 추적해 보는데 있다.

이에 대한 이론적 배경으로는 뉴스 콘텐츠는 일반인에게 뉴미디어와 과학기술관련 여론 형성에 중요한 역할을 해오고 있다는 점에 착안해, 인터넷 관련 보도를 중심으로 뉴스 프레임을 분석하기 위해 프레임이론(frame theory)을 적용한다. 본 연구는 한국 언론의 인터넷 관련 뉴스 텍스트분석을 통한 프레임분석을 수행하고, 결과적으로 한국의 인터넷 발달과정을 이해하

는데 목적이 있다.

일반적으로 언론은 사회적인 지식을 공급하는 기관이며, 언론이 이 역할을 제대로 수행하기 위해서는 사회변화에 적절하게 대응하고 동시에 적극적으로 변화를 수용해야 한다는 것은 진화론적인 적자생존의 원칙 때문만은 아니다(박영상, 1997). 뉴스미디어는 일반인에게 과학지식 또는 과학기술과 관련된 여론 형성에도 중요한 역할을 해오고 있다. 이들은 과학기술 발달을 기록할 뿐만 아니라 과학기술이 사회와 어떠한 연관성을 가지고 발달해 왔는가를 살펴볼 수 있는 중요한 잣대가 된다. 또한, 뉴스기사는 과학기술의 발달과정에 따라 보도의 패턴이 존재하게 된다. 사회와 과학기술사이의 상호작용이라는 공통성이 존재하고, 뉴스미디어는 이러한 지속적인 인식과 해석 그리고 뉴스제공관계의 프레임을 표출하게 된다. 이러한 뉴스프레임이 중요한 것은, 이것이 수용자의 사회인지(social cognition)를 활성화시켜 그들로 하여금 특정한 방식의 해석을 하도록 돕기 때문이다(박정희, 2001). 따라서, 이를 파악해 보는 것은 테크놀로지 발달의 패러다임을 이해하는 중요한 단서가 된다.

인터넷 발달은 테크놀로지만 발달해서는 이루어지지 않는다. 사회구성원이 이를 활용하고 사용하는 과정에서 전통뉴스미디어(특히, 신문)의 몇 가지 역할들이 중요하게 고려될 수 있다. 언론은 과학기술에 대한 주된 정보제공자이자 확산자로서의 역할을 한다. 이러한 관점에서 언론은 초창기 인터넷 기술과 관련된 정보를 수용자들에게 공급하게 되고, 어느 정도 사용자가 확보된 상황에서는 인터넷 사용과 관련된 에피소드나 관련 사회현상, 그리고 인터넷에 대한 긍정적 혹은 부정적 측면의 정보를 제공하게 된다. 언론은 또한 인터넷과 관련된 정부의 정책에 대한 소개와 평가를 제공한다. 그러나, 인터넷과 관련된 수많은 이슈와 사건 또는 쟁점들이 전통뉴스미디어에 기사화되지는 못한다. 사회적 상황과 각 전통미디어의 시각에 따라, 그리고 수용자들의 반응에 따라 특정한 틀만이 제시되고 있는 것이다.

특히, 인터넷의 발전과정에서 전통뉴스미디어가 취했던 특정한 프레임을 규명하는 것은 매우 의미 있는 것이다. 전통미디어의 입장에서 보면, 인터넷

초창기에는 기존의 미디어간 경쟁에서 등장한 신생미디어였고, 현재는 그들의 입장과 동등한 위치를 점하고 있는 또 하나의 경쟁매체에 분명하다. 이러한 측면에서 인터넷과 관련된 기술과 이슈 등에 대한 전통뉴스미디어의 보도방식은 태동기부터 현재까지 다양한 프레임을 구성했음은 물론이다.

인터넷에 대한 역사적 단계별 전통뉴스미디어의 프레임과 사회구성주의적 관점이 필요한 것은, 우리 사회에서 인터넷이라는 미디어가 어떠한 맥락 하에서 특정한 방식으로 이해되고 인식되어 왔는지를 규명할 수 있는 가능성을 열어 줄 수 있기 때문이다. 또한, 특정한 사회현상이나 인물, 그리고 문화코드에 대한 역사적인 프레임 접근[예: Ashley와 Olson(1998)의 연구와 박용규(2001)의 연구]들은 간혹 존재해 왔으나, 특정 매체(특히, 뉴미디어)에 대한 기존의 전통매체가 구성한 프레임이 단계적으로 어떻게 구성되어 왔는지에 대한 연구가 거의 전무한 상황에서 이러한 연구시도는 매우 가치를 갖게 된다. 여기에, 단순히 통시적인 전통뉴스미디어의 프레임의 흐름뿐만 아니라 사회적인 맥락에서의 규명은 더욱 의미 있는 연구라 할 수 있다.

2. 이론적 배경

인터넷이라는 기술은 미국에서 군사용으로 개발되어 1990년대 중반 이후부터 전 세계적으로 활발하게 사용되어온 과학기술에 근간을 두고 있는 새로운 미디어(new medium)이다. 우리나라에서도 역시 1990년대 중반 이후에 도입이 되기 시작하여 기존의 전통적 4대 매체와 대등한 위치를 점하고 있다. 이러한 인터넷의 출현부터 현재까지의 기술발달과 사회적 영향력을 살펴보기 위해 본 연구에서는 전통적 매체가 어떠한 방식으로 기사를 구성하고 있는 지를 규명하고자 했다.

이러한 규명을 위해 본 장에서는 언론이 갖고 있는 특정 현상(현실)에 대한 규정과 관련된 프레임이론을 살펴보고, 과학기술이 사회 또는 사회구성원(수용자)에게 어떠한 영향을 끼치는지, 사회는 어떠한 방식으로 기술을

수용하는지에 대해 계열적(seriation)·통합적인(skeuomorphs) 관점에서 살펴 보게 될 것이다.

1) 뉴스 프레임에 관한 고찰

리프만(Lippman, 1922)에 의해 제기된 언론에 의한 가(假)환경은 이제 우리에게 진(眞)환경처럼 인식되고 있다. 언론이 제공하는 것은 현실 그대로의 모습과는 다르며, 특정한 측면으로 부각시키거나 확대 또는 축소시킴으로써 수용자들에게 중개된 현실을 제공하게 된다. 고프만(Goffman, 1974)은 현실구성은 “미디어가 표출하는 현실 또는 상징과 사회간의 사회적 상호작용”으로, 터크만(Tuchman, 1978)은 뉴스를 “수용자들이 세상을 이해하게끔 하는 특정한 틀”로 정의했다. 따라서, 뉴스는 단순한 현실의 반영이라기보다는 사회적 현실을 구성하는 하나의 틀로서 파악된다. 이러한 선택과 배제와 관련된 것이 바로 프레임(또는 프레이밍)이다. 갠슨과 라쉬(Gamson and Lasch, 1989)는 프레임을 “이슈와 관계있는 사건들을 이해하는 하나의 중심적인 구성 아이디어를 제시하는 것”이라고 정의 내렸다. 그리고 그 과정은 “시간에 걸친 점유와 미디어 사용의 조수의 간만”이라고 말했다. 엔트만(Entman, 1993)에 의하면 프레이밍은 지각된 현실의 특정한 측면을 선택하고 그것을 텍스트 안에서 부각시키게(salient) 된다. 실제로, 엔트만(1993)은 프레이밍은 선택과 중요성으로 추출될 수 있다고 언급했다.

프레이밍하는 것은 인지하고 있는 사실의 몇 가지 관점을 선택하는 것이며 그런 관점들을 커뮤니케이션 텍스트 안에서 특정한 문제에 대한 정의, 일반적인 해석, 도덕적 평가, 묘사된 이슈의 해결방안 제시, 그리고 권고를 발전시키는 하나의 방법으로 더 중요하게 묘사하는 것이다(Entman, 1993, p.56).

간헐(Ghanem, 1997)에 의하면, 프레임이론은 특정한 사회적 이슈와 관련되어 있다. 또한, 엔트만(1991)은 뉴스 기사의 면(editorial section), 스타일,

그리고 기사초점 유형 등은 시간에 따라 변화하게 된다. 프레이밍은 저널리스트들이 현실의 특정한 측면을 선택하고, 강조하고 수용자에게 제공하는 뉴스매체 활동이라고 정의한다. 박선희(2001)는 이러한 뉴스프레임이 사회적 이슈가 어떤 의미를 지니는지를 둘러싼 현실구성과정을 보여주며, 이슈를 인지하고 해석하는 준거틀을 사회구성원에게 제공한다고 지적했다. 이는 뉴스프레임이 특정한 현실에 대한 선택과 강조뿐만 아니라, 문제를 규정하고, 원인을 규명하는 것은 물론 도덕적인 판단을 한다는 것을 의미한다. 여기에 더해 뉴스프레임은 문제에 대한 해결방안마저 제시하게 되는 것이다. 엔트만(1993)에 의하면, 텍스트 수준에서의 프레임은 특정한 키워드, 흔해빠진 문구(stock phrase), 정형화된 이미지, 정보원, 그리고 문장 등으로 인해 사실과 판단을 하도록 강요하게 된다. 또한, 프레임은 프레이밍 요소들과 긍정적이거나 부정적인 톤(tone)을 결합함으로써 맥락적 단서(contextual cue)를 창출하게 된다. 이러한 맥락적 단서는 전반적인 기사의 톤과 뉴스기사의 방향을 이끌게 되는 것이다. 이러한 프레임에 의한 단서들은 특정 이슈나 추세에 대한 공중의 지각과 평가에 매우 중요한 요소로 작용하게 된다. 특정한 이슈나 대상에 대한 기사의 톤과 방향은 사회적 환경이나 움직임에 기반 하여 시간에 따라 변화하게 된다.

기틀린(Gitlin, 1980)에 따르면 프레임 이론은 뉴스 미디어가 사건보도에 특정한 상징(symbol)과 주제를 가지고 있다는 것이다. 이는 뉴스생산자의 소유형태, 생산 텍스트, 수용자, 그리고 사회의 전체적인 문화의 형태에 따라 그 특정한 주제와 의미를 생산해 낸다는 것이다. 터크만은 뉴스 프레임을 “세상을 향하여 나 있는 창”으로 비유하면서 뉴스미디어는 어떤 뉴스는 반복, 확대, 강조하고 어떤 뉴스는 축소 또는 생략하면서 특정한 주제를 만들어내고 있다고 말한다. 또한 그는 “프레이밍은 여러 개의 아이টেમ을 요소로 또는 다른 것이 아닌 것으로 간주하는 것을 포함한다”고 언급했다. 따라서 뉴스 미디어가 하나의 이슈나 현상을 단계별로 보도할 때, 미디어 프레임은 “뉴스 내러티브에 있어서 키워드(keywords), 은유(metaphors), 개념(concepts), 상징(symbol), 톤(tone) 그리고 시각적 이미지 강조”를 가진다

(Entman, 1991, p.6). 결국, 프레임은 일관성 있는 패턴으로서, 사회에 대한 이슈와 관계들의 상징들의 부분들이라고 말할 수 있다.

뉴스 프레임은 주요한 이슈가 무엇이고, 어떻게 그 이슈가 인식되며, 그 이슈의 어떤 면들이 가장 중요한지, 그리고 그것이 어떻게 나타나는지를 규정한다. ‘프레임작업’은 미디어를 통해서 새롭게 나타나는 현실을 보여준다. 이는 궁극적으로 사회 현실 구성에 도움을 준다. 프레임화된 사회 현실은 단순히 보이는 것이 아니라, 지배적인 문화적 신념과 가치들로 공명(resonate)한다(Reese, 1997, p.486). 따라서, “규격화된 객관성(routinized objectivity)”을 보도하는 것이 하나의 뉴스 이슈나 기술을 프레임링 하는 하나의 방법이다.

이준웅(2000)에 의하면, 기존의 프레임 연구경향은 다섯 가지 유형으로 구분된다. 즉, 상호작용의 맥락을 강조하는 사회학적·언어사회학적 연구, 뉴스 텍스트의 분석에 초점을 맞추는 내용분석 중심의 연구, 사회 운동론적 관점의 연구, 예상이론에 기반을 둔 심리학적 연구, 커뮤니케이션 효과론적 관점의 연구 등이 그것이다. 이러한 연구경향 분류에 의하면, 본 연구는 뉴스 텍스트의 분석에 초점을 맞춘다고 할 수 있다. 그러나, 단순한 뉴스 텍스트에 대한 내용분석에만 치중하지 않으며 인터넷이라는 테크놀로지 발달 단계와의 연계성을 중심으로 전통적 매체인 신문이 어떠한 프레임으로 기사를 구성하고 있는 지를 규명하게 될 것이다.

2) 인터넷 기술발달 관련 모델들

인터넷과 같은 과학기술의 발전과 진화에 대한 설명은 크게 두 가지 모델로 설명이 가능한데, 기술결정론(technology determinism) 모델과 사회구성주의(social constructivism) 모델이 그것이다.

기술은 매체발달에 중요한 역할을 하며 새로운 시·공에 대한 개념을 발전시키는 것은 기술 결정론적 관점에 의해 가능해진다. 기술 결정론적 시각은 “미디어가 메시지이다(medium is message)”라는 맥루한(McLuhan, 1964)의

표현으로 가장 잘 설명된다. 이러한 관점에 의하면, 기술은 사회변화를 야기하는 가장 중요한 원동력이 된다. 기술결정론자들은 기술개발이 사회와 이슈, 그리고 커뮤니케이션 양식을 변화시킨다고 주장한다. 이러한 과학기술 발전에 대한 낙관적인 전망은 20세기에 접어들면서 열광의 수준으로 확대된다. 20세기 사람들은 기술 자체의 유용성뿐만 아니라 이러한 거대 기술 시스템을 가능하게 했던 합리적이고 효율적인 기술적 가치들에 대해서도 열광했다. 그러나, 이러한 기술에 대한 맹신은 20세기 후반 들어 심대한 도전을 받기 시작했으며, 더 이상 기술이 사회의 진보의 수단으로 간주되지만은 않았다(이두갑·전치형, 2001). 이는 기술의 개발이나 발전이 사회에 일방향(one-way)적으로 영향을 끼친다(다시 말해 “기술이 사회를 결정한다”)는 기술 결정론적 관점의 중대한 오류에서 비롯되는 것이다.

기술 결정론적 관점과는 대조적으로 사회의 구성원, 즉 수용자 중심적 관점이 있는데 그것이 바로 사회결정론(social determinism) 모델이다. 사회결정론적 관점에서는 고정된 기술적 개념보다는 수용자들의 해석적 마인드(mind)에 더 중요성을 부가하고 있다. 루빈(Rubin, 1983)에 의하면 사회의 구성원들이 그들의 경험과 교육수준, 기대, 그리고 동기에 기반 하여 새로운 기술을 규정한다는 것이다. 또한 피처(Fischer, 1992)는 기술 사용자들은 특정한 사회적 맥락의 범주 내에서 이용하게 되며, 한정된 방식으로 기술을 사용한다는 것이다. 결국, 사회 결정론적 관점에서는 기술결정론 모델과 마찬가지로 일방향적인 설명(“사회(구성원 개인)가 기술을 결정한다”)을 하고 있음을 알 수 있다.

1980년대 이후 이러한 기술철학의 한계를 지적하면서 새로운 접근 방식이 시도되었는데, 사회구성주의가 바로 그것이다(손화철, 2003). 이는 새로운 매체의 주제나 주요 속성을 규정하는 데 있어 기술적인 요인이나 사회적 요인 어느 하나만으로 설명하지 못함을 의미하는 것이다. 결국 기술결정론과 사회결정론 사이의 간극을 감소시키는 것으로 제안된 것이 바로 사회구성주의적 시각인 것이다. 펄크(Fulk, 1993)의 연구에 의하면, 사회구조가 중재된 상호작용의 과정 속에서 기술의 의미를 규정한다. 또한, 그녀는 기술

과 사회적 속성간의 조합을 나타내는 상징(symbol)을 포함해서 사회구성주의 모델을 제시하기도 했다. 여기서 상징은 텍스트, 기호, 이미지, 그리고 개념 등을 포함하는 개념이며, 두 가지 중요한 역할을 갖는다. 즉, 현실의(of) 모델로서의 역할과 현실을 위한(for) 모델로서의 역할이 그것이다. 결국, 뉴스매체가 키워드와 시각적 이미지, 은유 등을 사용함으로써 보도대상의 상징을 현실로 부호화하는 것을 말함이다.

따라서, 상징은 해당 사회의 구성원들이 공유하고 있는 의미를 표준화하는 단어, 행동과 같은 것을 의미한다. 본 연구에서는 상징을 뉴스 텍스트 내에 반영된 인터넷의 의미집합으로 규정하게 될 것이다. 이는 인터넷의 발달에 따라 다양한 상징과 은유가 인터넷의 속성을 설명하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 인터넷 현실을 설명하는데도 유용하기 때문이다. 인터넷은 사회와 이용자, 그리고 기술적 맥락에 의해 능동적으로 규정·재규정되어 왔다. 이러한 인터넷의 상징은 뉴스 기사의 프레임 분석에 의해 측정될 것이다. 이는 뉴스 매체의 프레임이 해당 사회를 반영하는 개념과 유용성을 반영하는 특정한 방식으로 이뤄지고 있는지를 규명하고자 하는 것이다. 즉 뉴스기사는 기술발전과 그것의 사회적 영향에 대한 상징적 부호이자 프레임이기 때문이다.

기술의 확산과 그것의 사회적 함의에 영향을 주는 요소는 두 가지로 표현할 수 있다. 즉, 신기술과 사회적 지각이라는 두 개념을 연결시켜주는 발달 개념은 두 가지 측면을 갖고 있는데, 기술적 표현법과 인간연계의 측면이 그것이다. 다시 말해, 계열화(seriation)와 통합화(skeumorph)를 말하는 것이다.

계열화는 매체기술의 변화가 통시적으로 어떻게 변화해 왔는가를 규명하기 위해 고고인류학에서 차용된 것이다(Haleys, 1999, pp.14~15). 고고인류학의 이러한 관점에 의하면, “문화유물”은 시간의 변화에 따라 변화하는 일련의 속성들이라고 규정되어 진다. 하나의 계열화 지도(map)는 시간의 흐름에 따라 도입, 유지, 그리고 소멸되는 속성의 경향을 보여준다. 인터넷을 이에 적용해 보면, 인터넷의 기술적 구성요소는 단일과정에서 패치워크

(patchwork) 경향으로 변화되어 왔다(가령, 이메일은 지속되고 고퍼(gopher)와 같은 것은 소멸하는 경우). 인터넷과 관련된 계열화를 정리해 보면 다음과 같다.

<표 1> 계열화(seriation)-테크놀로지 발달중심언어

기술	개발연도
인터넷	1969
이메일	1971
메일링 리스트	1972
MUD's	1979
유즈넷	1980
IRC	1988
WWW	1990
Blog	1999
IPTV	2001

이러한 선형적 변화모형에서 명백한 진보와 개선을 양산하는 인터넷의 ‘새로운 버전’을 상상해 볼 수 있을 것이다. 그러나, 이러한 계열화 관점에서 볼 때 인터넷의 변화는 맥락적인 진화(즉, 공적 사용, 정부, 학교, 그리고 산업체의 역할을 포함하는 기술에 대한 사회구조적 시각)를 반영하지 못한다. 더구나, 뉴스기사 또한 인터넷 구성요소들의 발전만을 보도하게 된다. 하나의 속성이 새로운 버전의 기능성에 명확하게 기여하는 것은 없으나 여전히 새로운 버전 안에서도 재사용되고 있다면, 이러한 속성은 통합화(skew-morph)로서 기능하는 것이다.

통합화 관점은 초기 버전의 기술을 대체하는 혁신을 조절하는 사회적·심리적 욕구(needs)를 충족시킴으로 해서, 혁신적 변화는 하나의 기술을 새로운 개념으로 분화하는 갑작스러운 것이 아니라는 것을 지적한다. 즉, 기술발전을 사회적 이용과 관련성 수준에서 이해하는 것이다. 결국, 인터넷의 발전은 기술적인 시각보다는 사회적으로 구조화된 관점에서 설명될 수 있다는 것이다. 인터넷을 단순한 단어로 설명하고 공공에게 일상생활의 일부가 될

때, 인터넷은 좀더 수용하기 쉽게 된다. 헤일즈(Hayles, 1999)에 의하면 통합화는 동시에 과거와 미래 모두에 초점을 맞춘다. 통합화는 사회 속에서 인터넷 전체의 기능적 측면을 다루게 된다. 통합화 관점에서의 인터넷 관련 용어는 다음과 같이 정리할 수 있다.

<표 2> 통합화(skeumorph)--기술과 사회문화 연결언어

온라인 저널리즘	온라인 홈쇼핑	사이버 범죄
스팸 메일	해킹	사이버스페이스
정보고속도로	디지털 경제	E-commerce
가상 커뮤니티	I-patrol	B2B
사이버윤리	사이버문화	온라인스토리텔링

이러한 용어들은 사람들에게 새로운 기술적 과정으로 변천하는데 도움을 준다. 인터넷을 텔넷(telnet), 자바(Java), 하이퍼텍스트(hypertext), 메인프레임(mainframe), 이메일, 그리고 FTP(File Transfer Protocol)등과 같은 용어들로 설명한다면, 이러한 기술방식은 사회적 활용으로 연결시키지 못할 것이다. 인터넷은 애초에 전통적 미디어의 관점에서 이해되었다. 이러한 관점에 의하면 새로운 매체에 대한 적응과 변천에 도움을 줄 뿐 아니라, 인터넷에 대한 집단적인 학습 후에 사회세대가 새로운 기능성과 기술적 개념을 발견하는 것을 가능하게 한다. 인터넷에 대한 신문기사는 계열화와 통합화 관점에 따라 서로 다른 주제, 키워드, 구성요소, 톤, 초점 등을 표출해 왔다. 따라서, 본 연구에서는 계열화는 기술적 발전을 설명하는 것으로 한정시키고 통합화는 사회적 구조에 의해 설명되는 것으로 규정하게 될 것이다.

결과적으로 본 연구에서는 신문기사를 두 가지 관점에서 바라보게 될 것이다. 즉 전통매체(신문)에서는 인터넷 기술의 발전에 대해 어떻게 기록하고 있는가 그리고 사회와 인터넷 기술 간의 관계에 대해서는 어떠한 틀 짓기(frame)를 하고 있는지에 초점을 맞추게 될 것이다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

본 연구에서는 인터넷과 그 이전의 PC통신 등 온라인 커뮤니케이션 매체의 기술적 발달과정과 그에 따른 전통매체의 보도경향을 규명하고자 했다. 따라서, 인터넷의 기술적 발전(계열화의 관점)과 사회적 활용(통합화의 관점)에 의한 시기구분이 우선되어야 하며, 구분된 각 시기별로 전통매체의 보도방식이 어떻게 변화되었는가를 규명해야 할 것이다. 이에 근거한 연구 문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 인터넷 기술과 이용에 따른 시기는 어떻게 구분되는가?

인터넷은 새로운 미디어로서 1994년 국내에 소개되었다. 그 이전에 PC통신을 통한 초보적인 수준의 미디어로서 존재한 것은 사실이나 웹(Web) 기술의 개발에 의해 본격적인 미디어로서의 기능을 수행했다고 할 수 있다. 이러한 기술적인 발전단계에 의하면 인터넷 시기구분은 크게 '인터넷의 상용화 이전 시기'와 '인터넷 상용화 이후 시기'로 구분이 가능할 것이다. 이러한 기술적인 발전단계에 따른 계열적 구분과 함께 고려되어야 할 것은 실제로 인터넷을 활용하는 미디어 수용자들이 어떠한 정도로 또는 방식으로 이를 이용하는 지에 대한 통합화 관점이 고려되어야 한다. 특히, 인터넷이 일반 수용자들에게 널리 사용된 이후(상용화 이후 시기)의 시기구분에는 기술적인 계열화 관점과 사회적인 통합적 관점의 접합이 필요하다 하겠다. 이러한 관점의 적용을 통해 본 연구에서는 인터넷 상용화 이전 시기와 인터넷 상용화 이후의 시기를 세부적으로 구분할 것이다.

<연구문제 2> 각 시기별 프레임요소와 방법은 어떠한가?

새로운 미디어의 등장이 대중매체로서의 입지를 점유하고 있는 기존 미디어에게 어떠한 영향을 끼치는 지에 대한 연구자들의 관심은 지속적으로

표출되어 왔다. 또한, 새로운 미디어가 생겨나고 일반 대중에게 확산되며, 결국에는 기존 미디어와 유사한 위치로까지 성장할 때 이러한 관심은 더욱 증대되기 마련이다. 앞서 지적한 데로 이러한 경쟁적인 관점에서 기존미디어와 새로운 미디어간의 관계보다는 인터넷이라는 신기술이 발전하는 단계에 따라 기존미디어가 어떠한 보도태도를 보였는가가 이 연구의 주된 관심사이다. 따라서, 연구문제 1에서 구분된 각 인터넷 발달시기에 따라 기존매체가 어떤 프레임 요소들과 방법으로 보도했는지를 규명하는 것은 매우 중요한 것이다. 이를 통해 기존 미디어가 인터넷에 대해 어떤 프레임으로 보도해왔는지 즉 인터넷에 대한 그들의 프레임 경향을 추정할 수 있을 것이다.

<연구문제 3> 각 시기별 프레임 경향은 어떠한가?

새로운 미디어가 출현했다고 해서 기존의 미디어가 어떤 특정한 방식으로 보도할 것이라고 예측하기는 매우 어렵다. 물론 전통적 미디어의 뉴 미디어에 대한 보도양태는 두 가지 양상으로 나타날 가능성이 높는데, 경쟁적인 관점에 의하면 새로운 매체의 한계와 문제점 등 부정적인 측면을 강조할 수 있다. 반면, 상호보완적인 또는 비경쟁적인 관점에서는 사뭇 다른 양상을 보일 것이다. 그렇다면, 기존의 전통적인 매체는 인터넷이라는 미디어를 어떠한 관점으로 다뤄 왔을까? 현재 인터넷은 이미 대중적인 미디어로서 자리를 확고히 하고 있으며, 지금의 위치에 오기까지의 과정에 기존의 미디어가 어떠한 방향으로 보도했는지 특히 어떠한 프레임 방식을 취해 왔는지의 과정을 규명하는 것이 이러한 의문점에 대해 어느 정도 해답을 제공할 것이다.

2) 연구방법

본 연구에서는 상기의 연구문제를 해결하기 위해, 내용분석(content analysis) 방법을 활용했다. 내용분석 방법은 일반적으로 미디어 메시지를 체계적·객관적·양적으로 분석하는 기법으로 정의되어지며, 베버(Weber, 1990)는 텍스트를 통해 타당한 추론을 하는 일련의 연구방법으로 규정했다. 본

연구에서 내용분석 방법을 채택한 이유는 수집된 데이터를 통해 통시적인 뉴스기사의 흐름을 파악할 수 있기 때문이다. 또한, 도미니크와 위머(Dominick & Wimmer, 1991)에 의하면 내용분석은 커뮤니케이션 내용을 기술하고, 메시지 속성에 대한 가설을 검증하며, 현실세계와 미디어 메시지를 비교가능하게 하는 것은 물론, 사회 안에서 특정한 집단의 이미지를 평가할 수 있게 해주고, 매체효과 연구의 출발점을 제시해주기도 한다.

(1) 분석대상 및 단위

본 연구에서는 기존의 전통미디어 중에서 전파매체보다는 인쇄매체, 특히 신문보도의 프레임을 중점적으로 분석하고자 한다. 그 이유는 전파매체나 잡지는 인터넷과 어느 정도 유사성을 보이고 있으나 신문은 사뭇 다른 성격을 갖고 있기 때문이다. 즉, 인터넷은 신문매체와는 달리 특정 지역이나 수용자 층을 대상으로 한 콘텐츠를 보유하고 있으며(잡지와 유사성) 기술적인 진화과정을 겪고 통제와 기술정책의 형식으로 정부가 적극적으로 관여한다는 점(방송과의 유사성)에서 차별적(Abrahamson, 1998)이기 때문이다. 또한, 프레임을 구성하는 매체로 가장 많이 연구되어 온 것이 신문이기도 하다. 이에 본 연구에서는 국내 10대 중앙일간지 중에서 2개 신문(조선일보와 한겨레신문)의 인터넷과 관련된 모든 기사를 대상(모집단)으로 하게 될 것이다.

본 연구에서 분석매체로 선정한 신문은 조선일보와 한겨레신문이다. 이 두 신문을 분석대상으로 선정한 것은 조선일보는 주요 3대 일간지 중에서도 가장 높은 시장점유율을 보유하고 있기 때문이다. 또한, 한겨레신문의 경우 소수의 경영진에 의해 운영되지 않고 국민주 방식으로 운영되는 특성을 가지고 있으며, 조선일보와는 사뭇 다른 정치적인 논조를 보이기 때문에 선정했다. 그러나 본 연구에서는 두신문의 보도차이를 보기위한 것이 아니고 발달유형을 보기위한 연구목적에 가지고 있다.

분석 시기는 1989년부터 2004년까지로 했다. 이는 인터넷이 1969년 미국 국방성의 ARPAnet 개발부터 시작했지만 언론이 관심을 가지고 보도하

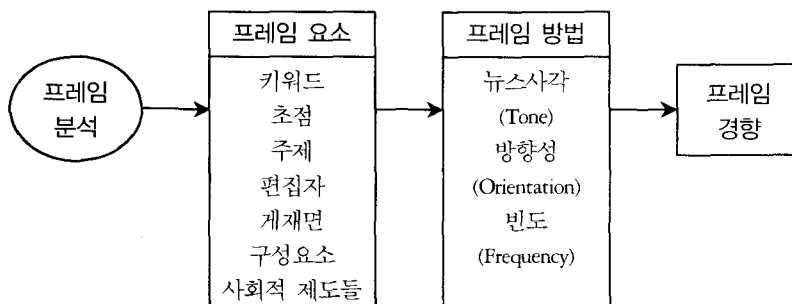
기 시작한 것은 1980년대 초반부터이고 본격적으로 기사에 등장한 시기는 1989년 이후 시기이기 때문이다. 또한, 국내에 PC통신이 본격적으로 도입된 시기도 이 때이다.

분석 단위는 신문기사 건수로 할 것이다. 여기서 신문의 기사 한건은 기사 내에 표제를 포함하고 있으면서 한 명 또는 그 이상의 기자에 의해 기출된 기사내용으로 여러 명의 기자가 썼더라도 하나의 표제 아래 포함되어 있으면 한 기사로 정의할 것이다. 단, 사진이나 만화, 만평은 분석에 포함시키지 않았다.

(2) 분석항목 및 측정변인

현실구성의 미디어 프레임 요소에는 텍스트 단위(unit)와 빈도와 톤 단위의 두 가지 기본적인 단위가 있다. 프레임링 주요 개념은 선택과 중요(salience)이다. 저널리스트들은 텍스트를 위한 프레임(종종 앵글, 포커스, 주제, 관점, 또는 경향)을 선택한다. 그리고, 프레임 방법들 내에서 주제를 구체화한다. 이는 저널리스트들이 프레임 장치를 사용할 때, 그들이 프레임 밖에 있는 물체보다 더 중요한 사회적 맥락의 어떤 패턴을 사용한다는 것을 의미한다. 이런 면에서, <그림 1>은 프레임 구성의 기본적인 과정을 보여준다. 뉴스 미디어는 어떤 키워드, 주제, 은유, 상징을 선택하고 단어들과 톤을 반복한다. 이런 과정을 통해 하나의 프레임이 구성된다.

<그림 1> 뉴스 프레임 장치와 과정



프레임 분석에서, 첫 번째 단계는 키워드, 편집자 섹션, 영역, 커버리지 포커스, 주제들과 같은 프레임 요소들이다. 프레임 요소들은 단어, 텍스트, 전체적 맥락, 해석 단계라는 분석 단위들을 기초로 다양한 방법으로 정의 내려질 수 있다. 두 번째 단계는 프레임 방법을 규정한다. 그 방법은 단어나 텍스트로 드러난다. 톤과 동기 또한 분석의 단계에 속한다. 톤은 뉴스 프레임의 방향을 결정짓는다. 세 번째 단계는 프레임을 규정하는 것이다. 프레임은 프레임 요소들과 프레임 방법 둘의 관계이다. 프레임 요소와 방법의 관계는 그 이슈와 목적의 의미를 만들어 낸다.

뉴스 미디어는 톤, 동기, 축소, 반복, 빈도 등의 프레임 방법의 조합으로 키워드, 주요 주제, 시각 이미지, 상징, 은유 같은 다양한 프레임 요소들을 사용한다. 이런 면에서, 뉴스 프레임은 미디어 표현의 경향을 밝혀낸다. 프레임을 구성하는 각각의 요소와 방법에 대한 측정변인은 <표 3>과 같이 구성되었다.

<표 3> 프레임 장치의 측정변인

프레임장치	항목	측정변인
프레임 요소	키워드(keyword)	없음
	초점(focus)	인터넷관련 기술, 인터넷 콘텐츠, 인터넷 이용경향
	기사주제	신기술/뉴미디어의 등장, 커뮤니케이션·정보·뉴스·
	편집자	상업·오락매체로서의 인터넷, 기타
	(기사작성주체)	기자, 논설위원, 데스크, 외부기고가, 독자, 연합/통
	게재면(section)	신사, 기타
프레임 방법	사회제도	1면, 종합면, 정치면, 사회면, 정보통신/과학면, 매
	구성요소(기사범주)	체면, 특집면, 기타
	뉴스시각 ¹⁾	가족, 교육, 행정, 정치, 경제, 매체, 기타, 사회제
방향성 ²⁾	도 없음	
빈도	인터넷 일반, 인터넷 구성요소	
		호의적, 중립적, 비호의적
		낙관적 논조(있다-없다), 비관적 논조(있다-없다)
		기사 게재 건수

1) 뉴스시각에 대한 코더간 신뢰도를 높이기 위해, 각각의 범주에 대한 판단기준을 제시했다. 즉, 호의적 뉴스시각이란 사회적 통합과 협력뿐만 아니라 정치적·사

4. 분석결과

1) 인터넷 시기구분³⁾

인터넷은 애초에 군사목적으로 개발되고 학문적 이용으로 활성화되었으며, 일반에 공개된 후로 급속하게 확산된 매체이며, 역사상 가장 짧은 기간에 보편화되었다. 다음 <표 4>는 인터넷의 상용화 이전의 발전단계를 계열적으로 나타내고 있다.

회적 건전성, 그리고 교육이나 정보혁신을 위한 새로운 기제를 반영하는 것으로 규정했다. 또한, 삶의 편리함에 대한 묘사, 무한한 잠재력을 갖는 기술로서 표현한 기사도 이 범주에 해당한다. 반면에 비호의적인 기사범주에서는 사회적 갈등과 분열 또는 정치적·사회적 불안정이나 병폐 등을 다룬 기사들이 포함된다. 가령, 사이버 폭력, 음란물, 해킹, 프라이버시 침해, 사이버 범죄 등과 같은 것은 물론 인간의 상호작용을 위협하는 것도 이에 해당한다. 이 두 가지 상반된 범주에 속하지 않고, 균형을 이루고 있는 기사나 공평한 톤을 유지하는 것은 중립적 뉴스시각 범주로 규정했다.

- 2) 뉴스기사의 방향성에 대한 신뢰성 있는 코딩을 위해, 낙관적 방향의 기사와 비판적 논조의 기사범주를 구분했다. 우선, 낙관적 논조의 경우 정치체계의 혁신과 경제성장, 국제적인 경쟁력과 새로운 일자리 창출과 관련된 유형의 기사를 포함시켰다. 반면에 비판적 논조의 범주에 포함된 기사에서는 사회에 끼치는 부정적인 영향력을 강조하고 닷 컴(dot.com)기업에 대한 부정적인 전망과 평가, 인터넷을 통한 피해 등과 같은 비판적 사례를 다루는 것들을 범주화했다.
- 3) 시기구분은 대구분에서 각 연구문제단계에 따라 세부 소 분류로 나누었다.

연구문제 1	시기	연구문제 2	시기	연구문제 3	시기
1 시기	1989~1995	보 급 기	1989~1995	개인상용 이전	1989~1993
				보 급 기	1994~1995
2 시기	1996~1998	확 산 기	1996~1998	확 산 기	1996~1998
3 시기	1999~2004	상 업 기	1999~2001	상 업 기	1999~2001
		사회문화기	2002~2004	사회문화기	2002~2004

<표 4> 인터넷의 기술 발전과정

1969년	미 국방성 프로젝트의 일환으로 ARPANET 개발
1979년	TCP/IP 프로토콜 개발 완료
1983년	TCP/IP가 ARPANET 등 인터넷의 통신 표준안으로 채택, ARPANET이 연구용과 군사용 MILNET으로 분리
1986년	미 과학재단에서 NSFNET(National Science Foundation Net) 구축
1989년	스위스 입자물리연구소 CERN(유럽원자핵공동연구소)에서 WWW 기술 개발 착수
1990년	ARPANET 해체, 주된 기능을 NSFNET으로 이전
1991년	WWW 개발 완료, CERN에 WWW 설치
1995년	NSFNET은 연구망 운용을 전달하고, 일반 인터넷은 상업용 통신망 사업자가 주관하여 운영하기 시작함.

출처: 차동완·정용주·윤문길, 『인터넷 기술세계』(서울: 교보문고, 2002), 4쪽.

이러한 기술적인 발전단계에 의하면, 인터넷의 상용화를 위한 기술적 토대 마련은 1995년 전후이다. 인터넷의 기술과 이용에 따른 시대 구분을 위해 본 연구에서는 키워드의 특성에 따른 1차적인 내용분석을 실시했다. 인터넷 발달관련 시기구분은 기술발달과 뉴스키워드, 뉴스분량변화에 기초하여 시기구분을 하였다.

본 연구의 1차 분석 대상 인터넷 관련 기사의 모집단은 1989년부터 2003년 동안의 인터넷 또는 인터넷과 관련된 신문(조선일보와 한겨레)기사 전체를 말한다. 모집단에 포함되는 기사는 한국 언론재단의 종합뉴스검색 서비스(www.kinds.or.kr)에서 키워드검색을 활용하여 수집되었다. 모집단에 속한 기사들은 다음의 키워드를 포함한 것들이다.

모집단에 포함된 검색 키워드:

인터넷	사이트	통신판매
온라인	홈페이지	동호회
웹	닷컴	Y2K
네트워크	자유게시판(게시판)	정보화

이메일	PC통신	사이버
가상공간(가상현실)	도메인	해킹(해커)
커뮤니티	쇼핑몰	B2B
B2C	VAN	바이러스
채팅	HTML	음란물

이러한 주요 키워드를 가지고 카인즈(KINDS) 종합일간지 검색을 이용하여 검색조건은 ‘제목 + 본문’과 ‘동의어 확장’으로 했다. 모집단 검색에 활용된 주요 키워드들은 인터넷과 직접적으로 관련된 것들은 물론, 인터넷의 구성요소들도 포함하고 있다. 그러나, 한국의 인터넷과 관련된 용어들은 시기에 따라 차별적으로 사용되고 있었다. 가령, 인터넷이 보급되기 전 시기에는 PC통신과 동호회라는 용어가 가장 보편적으로 활용되었으며, 이러한 용어는 인터넷이 보급되던 시기에는 과도기적으로 혼용되어 사용되었다. 우선, 모집단의 모든 검색어를 분석시기 전반에 걸쳐 검색을 실시했는데, 개별 검색어들은 서로 중복되는 기사가 많이 발견되었다. 이러한 중복을 방지하기 위해 각 시기별로 가장 많은 기사가 분포되어 있는 검색어들을 추출하고 해당 용어와 유사하거나 중복되는 기사들은 제외하는 방법을 활용했다. 우선, 앞서 구분된 시기에 따른 주된 검색어는 다음과 같이 구성되었다.

<표 5> 시기별 주요 키워드

구분	시기	주요 검색키워드
1시기	1989~1995년	PC 통신, 통신판매, 온라인, 동호회, 인터넷
2시기	1996~1998년	인터넷, 온라인, 사이버, 이메일, 사이트, 네트워크, 홈페이지, PC 통신, 홈페이지, 게시판, 웹, Y2K, 정보화
3시기	1999~2004년	인터넷, 온라인, 웹, 네트워크, 이메일, Y2K, 홈페이지, 사이트, 닷컴, 자유게시판

각 시기별로 추출된 검색어들은 해당 시기의 신문기사에 가장 많이 등장

한 것들이며, 인터넷 확산기의 검색어 수가 더 많은 것은 PC통신과 인터넷이 혼용되어 활용되던 시기이기 때문이다. 우선, 인터넷 상용화이전 시기의 주요 키워드에 대한 분포는 다음의 <표 6>와 같다.

<표 6> 제1시기의 키워드 분포⁴⁾

(단위: 건)

검색조건	년도						
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	전체
pc통신 not 통신판매 not 온라인 not 동호회	2	2	31	47	71	123	276
통신판매 not pc통신 not 온라인 not 동호회	0	0	4	1	7	15	27
온라인 not pc통신 not 통신판매 not 동호회 not 은행 not बैं킹	7	6	21	15	29	87	165
동호회 not pc통신 not 통신판매 not 온라인	0	1	8	27	19	33	88
인터넷 not pc통신 not 통신판매 not 온라인 not 동호회	0	0	0	11	30	122	163
전체	9	9	64	101	156	380	719

도입된 첫해에는 통신과 직접적으로 관련된 기사는 발견되지 않고, 이듬해인 1990년부터 PC통신과 온라인과 관련된 기사들이 나타나기 시작했다. 가입자 수가 점차 증가함에 따라 1993년부터 점차적으로 기사수가 증대되고 있음을 알 수 있다. 기사가 다룬 개별 키워드를 보면, 도입기의 특성을 잘 반영하듯 PC통신에 대한 기사(대부분이 소개하는 기사)가 가장 많은 분포를 차지하고 있으며, 현재는 이미 구매의 한 패턴으로 정착된 통신판매(온라인 쇼핑몰)가 가장 낮은 빈도를 나타내고 있다. 인터넷을 주 키워드로 한 기사는 인터넷이 도입되기 이전인 1995년부터 수적증대가 이뤄지고 있다. 도입기 기사들의 분포는 거의 대부분이 계열화의 관점에서 바라볼 여지가 많으며, 통합화 관점에서 볼 수 있는 동호회관련 기사는 꾸준히 등장하고

4) 1989년의 인터넷관련 뉴스는 프린트된 신문에서 전통적인 방법으로 확인 검색하였다.

있으나 전체 분포에서는 낮은 비율을 차지하고 있음을 알 수 있다. 이러한 키워드 분포특성에 의하면 이 시기는 ‘인터넷기술의 보급시기(이하 보급기)’라고 규정할 수 있겠다.

<표 7> 제2시기의 키워드 분포

(단위: 건)

검색조건	1996	1997	1998	전체
인터넷 not 온라인 not 웹 not 통신 not 홈페이지	491	388	554	1433
온라인 not 인터넷 not 통신 not बैं킹 not 은행	61	35	27	123
사이버 not 인터넷 not 웹 not 통신	38	66	72	176
이메일 not 인터넷 not 온라인 not 웹	0	3	25	28
사이트 not 인터넷 not 온라인 not 웹 not 홈페이지	18	27	18	63
네트워크 not 인터넷 not 웹 not 통신	193	164	209	566
홈페이지 not 인터넷 not 웹 not 통신	7	7	26	40
pc통신 not 인터넷 not 웹 not 온라인 not 정보화	393	374	318	1085
게시판 or 자유게시판 not 인터넷 not 웹 not 통신	45	44	39	128
웹 not 인터넷 not 사이트 not 통신	15	24	47	86
Y2K not 인터넷 not 웹 not 통신	0	1	83	84
정보화 not 인터넷 not 웹 not 통신	282	215	180	677
전체	1543	1384	1598	4489

제2시기의 경우, 전술한 바처럼 PC 통신과 인터넷이 혼용되어 사용된 시기가 두 용어 모두를 키워드에 포함시켰다. 이는 기사 수에서도 드러나는데 인터넷 키워드관련 기사와 PC통신 관련 기사수가 가장 많은 분포를 차지하고 있음을 알 수 있다. 또한, 주목할 만한 것은 인터넷과 관련된 기사의 키워드가 정보화로 많이 나타나고 있다는 것이다. 즉, PC통신이 개인과 개인의 개별적인 커뮤니케이션 수단위주로 활용되었다면, 인터넷(Web)이라는 것이 활성화되면서 정보의 교환 매체로서 기능을 하고 있음을 보여주는 것이다. 이러한 특성은 네트워크라는 키워드기사가 많은 분포를 차지하고 있다는 것으로도 보여진다. 또한, 보급기에 비해 통합화 관점에서 볼 수 있는 키워드들(정보화, 네트워크, 사이버, 게시판 등)이 많은 분포를 차지하고 있으며, 이러한 현상은 인터넷이 보편화된 시기에 더욱 일반적인 기사성향으로 나타나게 된다. 제2시기의 경우, 기존의 PC통신의 역할과 기능보다는

새로이 보급되고 확산되었던 인터넷관련 기사가 증대되고 있었다. 따라서 본 연구에서는 제2시기를 ‘인터넷 기술 및 이용의 확산시기(이하, 확산기)’로 명명하고자 한다.

인터넷이 일반화되고 상용화된 시기의 기사에서는 PC 통신이라는 용어를 포함한 기사가 현격하게 줄어들었기 때문에 인터넷이라는 용어로 통일하여 검색에 활용했다. 상용화기의 모집단 구성은 다음과 같다.

<표 8> 제3시기의 키워드 분포

(단위: 건)

검색조건	년도	1999	2000	2001	2002	2003	2004	전체
인터넷 not 온라인 not 웹 not 사이트		1596	5459	4006	4367	4588	4630	16646
온라인 not 인터넷 not 웹 not बैं킹 not 은행		201	327	430	529	531	581	2018
웹 not 인터넷 not 온라인 not 사이트		389	1013	1395	1656	1701	1726	7880
네트워크 not 인터넷 not 온라인 not 사이트		311	690	728	610	728	1006	4073
이메일 not 인터넷 not 온라인 not 웹		151	270	268	384	489	389	1951
홈페이지 not 인터넷 not 온라인 not 사이트		194	508	649	960	1137	1561	5009
사이트 not 인터넷 not 온라인 not 웹 not 홈페이지		57	359	461	510	443	392	2222
닷컴 not 인터넷 not 온라인 not 웹		5	689	569	461	346	366	2436
게시판 or 자유게시판 not 인터넷 not 온라인 not 웹		76	133	126	241	190	254	1020
Y2K not 인터넷 not 웹 not 통신		258	56	6	8	3	1	332
전체		3238	9504	8638	9,726	10,156	10,906	43,587

전반적으로 제3시기에서는 앞서의 두 시기에 비해 양적으로 인터넷 관련 기사가 급증했음을 알 수 있다. 또한, 인터넷 이용자가 천만 명을 넘어선 시기여서 기술적으로나 사회적으로 많은 발전과 보급이 이뤄진 시대라는 이유도 반영된 것으로 보인다. 인터넷이 전사회적으로 보편화되었음을 알

수 있는 것은, 이전 시기에 찾아보기 힘들었던 닷컴(dot-com)기업에 관한 기사나 게시판과 홈페이지 등의 키워드기사 수가 급증했다는 것이다. 눈에 띄는 것은 1999년에 21세기를 맞아 전사회적으로 문제가 되었던 'Y2K' 관련 기사가 많이 등장한 것인데, 이는 인터넷이 우리 사회에 끼치는 영향력이 어느 정도인지를 간접적으로 보여준 결과라 할 수 있다. 결국, 인터넷을 활용하는 수용자의 수적 증대(1998년 이용자수 310만 명에서 1999년 943만 명, 2000년 이후 1천만 명이상으로 증대-한국인터넷정보센터 자료 참조)는 물론 사회적 중요성을 감안한다면, 제3시기는 '인터넷 기술의 상용화 시기(이하, 상용화기)'라고 규정할 수 있다.

인터넷 이용자수가 급증하고 보편적으로 이용하는 매체로서 자리 잡은 상용화기에는 인터넷상의 홈페이지가 개인은 물론, 교육, 기업, 정부 등 다양한 사회제도에 적용되어 활발하게 활용되고 있음을 알 수 있다. 이러한 상용화기는 다시 두 시기로 구분될 수 있다. 즉, 1999년부터 2001년까지의 시기와 2002년 이후의 시기가 대별되는 특성을 보이고 있는데, 우선 각 키워드별로 2002년 이후의 기사 건수가 터 큰 분포로 나타나고 있다. 실제로 <표 8>에서 보여주는 것과 같이, 인터넷, 온라인, 웹 등의 주요 키워드에서 2002년 이후의 시기가 더욱 많은 기사들이 분포하고 있음을 알 수 있다. 또한, 게시판이나 홈페이지 등의 검색어에서도 2002년 이후에 급증하고 있는데 이는 인터넷과 관련된 신문의 보도방식이 더욱 통합화 관점으로 변화되고 있음을 반영하는 것이다. 이는 인터넷이 수용자들에게 생활화되어 개인적인 용도로 활용되는 폭이 넓어짐은 물론 게시판을 통한 다양한 의견개진이 가능해졌음을 나타내는 것이다. 더욱이 2000년(9,504건)과 2001년(8,638건)의 기사에서 주목할 만한 것은 닷컴과 같은 인터넷의 경제적 활용과 그 영향에 관련된 기사들이 많은 분포를 차지하고 있다는 것이다. 결국, 인터넷이 일반에게 본격적으로 활용된 시기의 신문기사는 다시 '인터넷 기술의 상업적 상용화 시기(이하, 상업기)'와 '인터넷기술의 사회 또는 문화적 상용화시기(이하, 사회·문화기)'로 구분될 수 있겠다. 2002년에 들어서 인터넷 이용자수가 2천 5백만 명이 넘어선 것은 물론 인터넷을 통한 경제현상은

물론 다양한 사회문제, 정치참여, 문화현상의 출현은 이 시기를 사회·문화 기로 규정하는 근거가 된다.

2) 시기별 프레임 요소와 방법

앞서 시기를 구별하기 위한 키워드를 활용한 검색과는 달리, 실제 인터넷의 각 단계에 따른 신문보도의 프레임 방식을 규명하기 위한 내용분석에서는 임의 할당표집에 의해 추출된 표본 집단을 대상으로 한다. 각 시기별 기사의 분포가 매우 큰 편차를 보이고 있고 특정 시기를 기점으로 해서(가령, 1996년, 2000년) 기사의 수가 급증하는 모집단의 특성에 따라 비율에 근거한 표집보다는 각 시기별 기사의 분포를 고려해 표집을 실시했다. 이를 변형된 비(非)비례층화표집⁵⁾방법이라고 부른다. 이러한 표집방법에 의해 전체모집단 대비 시기별 기사의 가중치가 실질적으로 반영되지 않았으나, 본 연구에서는 해당 시기 기사의 프레임 구성방법에 초점을 맞추고 있기 때문에 양적인 비율은 표본 집단에 반영되지 않았다. 결국, 인터넷 관련기사가 빈번하게 등장하지 않은 시기의 기사들은 높은 비율로 단순무작위 추출을 하고, 인터넷 기사가 다양한 영역에 등장한 이후 시기에는 이전 시기와 큰 차이를 보이지 않은 비율을 할당했다. 실제 내용분석을 실시한 표본의 수는

- 5) 비(非)비례층화표집: 인터넷관련 뉴스수량은 발달단계에 따라 기하급수적으로 늘어나 전집모두를 코딩할 경우 너무나 많은 시간과 비용이 들어 모집단수에 따라 비례 층화 표집을 실시하였다(표집크기는 오차 범위 내에서 수정한 것이다).

모집단 수	표집 크기
1 - 200	100%
201 - 1000	70%
1001 - 1500	60%
1501 - 2000	40%
2001 - 3000	30%
3001 - 5000	20%
5001 - 10000건 이상	10%

각 연도별로 다음 <표 9>과 같이 분포되어 있다.

<표 9> 모집단과 표본 집단의 수

(단위: 건)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	전체
모집단수	6	9	9	64	101	156	380	1543	1348	1598	3238	9504	8638	9726	10156	10906	48795
시기구분	보급기						확산기			(상업적)상용화기			사회·문화기				
표집의 수	6	9	9	58	71	109	228	370	326	348	345	481	406	499	543	570	4378

본 연구의 연구결과 정리는 연구문제와 관련지어 시기별 인터넷미디어 발달의 변화, 시기별 기사분량의 변화를 시작해서, 인터넷 발달에 따르는 기사출처의 변화 편집섹션과 뉴스의 유형에는 어떤 변화가 있는가, 인터넷 발달에 따른 시각의 변화의 차이는 어떻게 나타나는가를 제시하였다. 이를 바탕으로 인터넷발달 보도 분량, 보도경향, 보도주제에 관련한 모델(model)을 제시하였다. 코딩 북(coding book)과 코딩가이드(coding guide)안내를 통해 4명의 코더훈련을 통하여 코딩을 실시하였다. 본 내용분석연구에서 코더 간 신뢰도와 코더 내 신뢰도는 연구의 이론화와 일반화의 기초가 된다. 따라서 본 연구는 총 연구 분량의 10% 해당하는 430개의 인터넷 뉴스보도를 시험 코딩함과 동시에 코더 간 신뢰도와 코더 내 신뢰도를 측정하였다.⁶⁾ 그 결과는 다음 주 7)의 <표>7)와 같다. 코더간 신뢰도는 0.86, 그리고 코더

6) 코더 간 신뢰도의 측정은 홀스티(Holsti)의 공식을 이용하였다. 홀스티 공식에 의하면 코더 간 신뢰도는 전체 코딩 유목의 사례에 대한 각 분석자 간의 코딩상의 일치 유목의 비인 신뢰도계수(C.R.: coefficient of reliability)로 나타낼 수 있다(차배근, 1990, 430~431쪽).

$$\text{신뢰도계수(C.R.)} = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

여기서 M = 2명의 분석자 간의 일치한 코딩의 수

N₁ = 분석자 1이 코딩한 수

N₂ = 분석자 2가 코딩한 수

그리고 본 연구에서 코더 내 신뢰도는 동일한 뉴스를 7일의 간격을 두고 반복 코딩한 결과 나타난 코딩 일치도를 위의 홀스티의 공식을 이용하여 측정한 것이다.

내 신뢰도는 0.90으로 나타났다.

(1) 시기별 프레임 요소

앞서 살펴본 키워드를 제외하고 각 시기별로 신문보도에서 나타난 프레임 요소들은 기사의 초점, 기사의 주제, 기사의 작성주체(편집자, 게재면(섹션), 사회제도 등으로 구성된다. 우선, 보도의 형식적인 측면이라고 할 수 있는 기사작성주체와 게재면을 시기별로 살펴보자.

<표 10> 시기별 기사 작성주체

(단위: 건)

기사작성주체	시기구분				전체
	보급기*	확산기	상업기**	사회/문화기***	
기자	348(9.7%)	859(23.9%)	1049(29.2%)	1337(37.2%)	3593(100%)
논설위원	4(9.5%)	15(35.7%)	8(19%)	15(35.7%)	42(100%)
데스크	42(61.8%)	11(16.2%)	7(10.3%)	8(11.8%)	68(100%)
외부기고가	37(15.2%)	43(17.7%)	64(26.3%)	99(40.7%)	243(100%)
독자	-	5(8.5%)	15(25.4%)	39(66.1%)	59(100%)
연합/통신사	20(12%)	69(41.3%)	44(26.3%)	34(20.4%)	167(100%)
기타	39(18.9%)	42(20.4%)	45(21.8%)	80(38.8%)	206(100%)
전체	490(11.2%)	1044(23.8%)	1232(28.1%)	1612(36.8%)	4378(100%)

($\chi^2 = 273.22$, $df = 18$, $p < .001$) * 보급기, ** 상업적 상용화기, *** 사회·문화적 상용화기

7) <표> 코더 간 및 코더 내 신뢰도

유목	코더 간 신뢰도	코더 내 신뢰도
기사주체	0.92	0.96
게재면	0.91	0.95
구성요소	0.93	0.97
사회제도	0.85	0.90
주요 주제	0.84	0.83
기사 초점	0.87	0.92
방향성	0.90	0.91
톤	0.73	0.82
평균	0.86	0.90

각 시기별로 <표 10>은 매우 차별적으로 편집자 분포가 이뤄지고 있는 것을 보여주고 있다, 특히 독자나 외부기고가 등 신문사 내의 인력이 아닌 외부의 기사가 사회·문화기로 갈수록 증대되고 있는 것이 눈에 띈다. 거의 대부분의 기사의 작성주체는 기자들이었으며, 기사의 양적인 분포 역시 인터넷의 상용화정도에 비례하여 나타나고 있다. 확산기와 상업기에 연합 또는 통신사의 기사가 많이 소개된 것은 이 시기에 인터넷과 관련된 기술개발이 가장 활발하게 진행되었기 때문일 것이다. 즉, 인터넷 기술이 진행단계에 있었기 때문에 외신의 보도가 매우 중요한 기사거리가 되었다는 것이다. 인터넷에 대한 일반인들의 활용도가 높아짐에 따라 독자나 외부기고가의 기사 비중이 높아지는 것은 계열적인 관점에서 사회적인 통합적 관점에서의 전환을 간접적으로 말해주는 결과라고 할 수 있다.

<표 11>의 결과에 의하면, 시기에 상관없이 가장 많은 인터넷 관련 기사가 게재된 지면(섹션)은 정보통신·과학면임을 알 수 있다. 이는 인터넷이 가지고 있는 과학적 특성을 반영하는 것은 물론 인터넷 운용과 연관된 다양한 기술들이 이 지면을 통해 일반에게 주로 소개되었기 때문이다. 1면과 정치면에는 인터넷과 관련된 기사가 거의 게재되지 않았던 반면 사회면에서는 종종 보도가 되었음을 알 수 있다. 특히 인터넷 활용이 사회전반으로 확대된 사회·문화기에는 두드러지게 나타나고 있으며 인터넷으로 인한 각종 사회문제와 이슈들이 보도되었다. 또한, 인터넷이 상용화된 시기 이후에는 인터넷과 관련된 특집면을 마련한 것으로 보아 다양한 관점에서 인터넷이 보도되었음을 알 수 있다. 정보통신·과학면에 가장 많은 기사가 분포되어 있기는 하나, 사회·문화기로 갈수록 그 비율은 현저히 떨어져 보급기에 비해 절반 이하의 수준으로 분포가 떨어졌다. 이는 인터넷 활용이 점차적으로 일반화됨에 따라 인터넷의 기술관련 기사의 비중은 줄어들고 다양한 분야에 걸쳐 보도되고 있음을 나타내는 것이다. 기타(전체 42.1%)로 분류한 뉴스는 섹션구분이나 뉴스의 분류항목의 부적합으로 인터넷뉴스 발달과정에서 새로운 섹션이나 뉴스의 등장을 의미한다.

<표 11> 시기별 기사 게재면

(단위: 건)

게재면	시기 구분				
	보급기	확산기	상업기	사회/문화기	전체
1면	4(0.8%)	3(0.3%)	2(0.2%)	15(0.9%)	24(0.5%)
종합면	14(2.9%)	62(5.9%)	118(9.6%)	206(12.8%)	400(9.1%)
정치면	15(3.1%)	16(1.5%)	6(0.5%)	5(0.3%)	42(1%)
사회면	70(14.3%)	149(14.3%)	142(11.5%)	271(16.8%)	632(14.4%)
정보통신 /과학면	228(46.5%)	380(36.4%)	359(29.1%)	308(19.1%)	1275(29.1%)
매체면	4(0.8%)	13(1.2%)	11(0.9%)	27(1.7%)	55(1.3%)
특집면	3(0.6%)	4(0.4%)	46(3.7%)	58(3.6%)	111(2.5%)
기타	152(31%)	417(39.9%)	548(44.5%)	722(44.8%)	1839(42.1%)
전체	490(100%)	1044(100%)	1232(100%)	1612(100%)	4378(100%)

($\chi^2 = 304.62$, $df = 21$, $p < .001$)

<표 12> 시기별 인터넷 구성요소

(단위: 건)

시기 구분	기사 범주(scope)	
	인터넷 일반	특정 구성요소
보급기	235(48%)	255(52%)
확산기	447(42.8%)	597(57.2%)
상업기	525(42.6%)	707(57.4%)
사회/문화기	473(29.3%)	1139(70.7%)
전체	1680(38.4%)	2698(61.6%)

($\chi^2 = 92.71$, $df = 3$, $p < .001$)

신문보도에서 다루었던 인터넷 관련 범주는 시기의 변화에 따라 차별적인 양상을 보이고 있다. 즉, 보급기에서 사회·문화기 단계로 변화될수록 인터넷의 일반적인 범주보다는 인터넷의 특정한 구성요소들이 보도되었다. 물론, 보급시기부터 지속적으로 인터넷 일반보다는 세부 구성요소들이 더 많이 보도되어 왔으나, 사회·문화기 단계에서는 인터넷 세부 구성요소들을 다루고 있는 기사들이 일반적인 범주에 비해 2배를 상회하는 정도로 보도되고 있음을 알 수 있다. 이는 인터넷의 사용이 일반화됨에 따라 인터넷 전반에 대한 개괄적인 기사범주보다는 인터넷과 관련된 다양한 범주의 요소들이 기사거리로 유용하게 자리 잡았음을 나타내는 것이다.

<표 13> 시기별 기사 내 사회제도

(단위: 건)

시기 구분	사회제도							
	가족	교육	행정	정치	경제	매체	기타	없음
보급기	8(1.6%)	38(7.8%)	33(6.7%)	30(6.1%)	99(20.2%)	62(12.7%)	47(9.6%)	173(35.3%)
확산기	86(8.2%)	122(11.7%)	86(8.2%)	44(4.2%)	284(27.2%)	160(15.3%)	73(7%)	189(18.1%)
상업기	36(2.9%)	98(8%)	111(9%)	35(2.8%)	362(29.4%)	237(19.2%)	169(13.7%)	184(14.9%)
사회/ 문화기	70(4.3%)	185(11.5%)	143(8.9%)	129(8%)	299(18.5%)	189(11.7%)	197(12.2%)	400(24.8%)
전체	200(4.6%)	443(10.1%)	373(8.5%)	238(5.4%)	1044(23.8%)	648(14.8%)	486(11.1%)	946(21.6%)

($\chi^2 = 280.69, df = 21, p < .001$)

인터넷과 관련된 기사의 내용 속에 포함된 행위주체, 즉 인터넷과 관련된 사회제도는 시기에 따라 특정한 방향으로 특징 지워져 있지는 않고 있다. 그러나, 세부적으로 살펴보면 인터넷 이 상용화되어 상업적으로 활발하게 이용되던 시기에는 신문보도 역시 경제관련 사회제도가 인터넷 사용 행위주체로 가장 많이 등장했음을 알 수 있다. 또한, 확산기와 상업기에 인터넷 매체와 관련된 기사들이 많았으며, 사회·문화기에는 다른 시기에 비해 정치 관련 제도들이 많이 언급되고 있었다. 교육적 사회제도와 관련하여 확산기와 사회·문화기에 많은 분포를 차지하고 있는데 이는 두 시기에 각기 다른 성향으로 보도되었음을 추정할 수 있다. 즉, 확산기에는 인터넷의 보급 확대를 위해 정부는 물론 전 사회적으로 인터넷교육에 초점을 두던 시기였고, 사회·문화기의 경우 인터넷을 통한 교육의 활성화가 반영(e-learning)된 것으로 볼 수 있다.

<표 14>에 의하면, 인터넷 발전 시기구분에 따라 기사의 주제에는 뚜렷한 차별 점을 보이고 있지는 않다. 그러나, 보급기의 경우는 아무래도 인터넷관련 기술들이 소개되고 전파되던 시기라 신기술·뉴미디어의 등장이라는 주제가 다른 시기에 비해 많은 분포를 차지하고 있다. 또한, 인터넷이 일반에게 확산되던 시기 신문보도는 인터넷이 정보매체로서 유용함을 부각시키고 있었다. 상업매체로서의 인터넷에 관련된 보도는 상업기에는 물론 사회·문화기에도 많이 등장하고 있다. 이는 인터넷이 일반에 의해 상용화되던 시

기 이후 지속적으로 상업적인 매체로 기능하고 있음을 보도되어 온 것이다. 사회·문화기에 접어들면서 인터넷은 이용자들 간의 정보교환은 물론 커뮤니케이션매체로서 묘사되고 있음을 알 수 있다.

<표 14> 시기별 기사의 주제

(단위: 건)

시기 구분	기사주제						
	신기술/ 뉴미디어의 등장	커뮤니케이 션 매체	정보 매체	뉴스 매체	상업 매체	오락 매체	기타
보급기	122(24.9%)	36(7.3%)	114(23.3%)	20(4.1%)	44(9%)	22(4.5%)	132(26.9%)
확산기	202(19.3%)	189(18.1%)	259(24.8%)	98(9.4%)	137(13.1%)	39(3.7%)	120(11.5%)
상업기	195(15.8%)	202(16.4%)	221(17.9%)	25(2%)	264(21.4%)	62(5%)	263(21.3%)
사회/ 문화기	202(12.5%)	267(16.6%)	337(20.9%)	90(5.6%)	347(21.5%)	97(6%)	272(16.9%)
전체	721(16.5%)	694(15.9%)	931(21.3%)	233(5.3%)	792(18.1%)	220(5%)	787(18%)

($\chi^2 = 257.96$, $df = 18$, $p < .001$)

<표 15> 시기별 기사초점

(단위: 건)

시기구분	기사초점			
	기술	컨텐츠	이용패턴	기타
보급기	189(38.6%)	126(25.7%)	70(14.3%)	105(21.4%)
확산기	296(28.4%)	374(35.9%)	212(20.3%)	160(15.4%)
상업기	243(19.7%)	406(33%)	370(30%)	213(17.3%)
사회/문화기	275(17.1%)	556(34.5%)	720(44.7%)	61(3.8%)
전체	1003(22.9%)	1462(33.4%)	1372(31.4%)	539(12.3%)

($\chi^2 = 445.39$, $df = 9$, $p < .001$)

각 시기별로 기사의 초점은 기술과 이용패턴에서 뚜렷한 차이점을 보이고 있다. 즉, 인터넷 보급 초창기의 경우 인터넷 컨텐츠나 이용자의 경향과 관련된 것 보다는 인터넷관련 기술에 초점을 둔 기사들이 많았다. 반면, 최근의 사회·문화기로 접근할수록 뚜렷하게 인터넷 기술관련 초점은 줄어들었다. 결국, 인터넷을 이용하는 이용률이 점차적으로 증대됨에 따라 보도의

초점도 인터넷을 과학기술에 초점을 두기보다는 실제 이용정도와 이용경향에 중점을 두고 있다는 것이다. 이는 계열적인 관점의 보도에서 사회구조적인 통합적 관점으로의 변화를 명백하게 보여주는 결과라 하겠다.

<표 16>의 결과에 의하면, 인터넷을 다루고 있는 기존매체의 방향성은 두 가지 낙관적인 관점과 비관적인 것으로 구분된다. 우선, 낙관적인 전망을 포함하는 기사에서는 대개 인터넷을 통한 사회, 경제, 정치 등에 끼친 또는 끼치게 될 긍정적인 측면(예: 노동 분야에서의 혁신과 경제성장, 국제적인 경쟁력과 새로운 일자리 창출, 정치체계에 가져올 혁신 등)이 강조된 것을 말한다. 이에 반해 비관적인 방향성은 뉴스의 관점이 인터넷의 부정적인 측면(예: 개인의 프라이버시 문제나 개인정보 유출, 해킹이나 해커, 바이러스, 음란물, 인터넷 신기술에 의한 해고와 구조조정 등)에 초점이 맞추어진 것을 말한다.

<표 16> 시기별 기사의 방향성

(단위: 건)

시기구분	낙관논조 ¹		비관논조 ²		전체
	없다	있다	없다	있다	
보급기	261(53.3%)	229(46.7%)	409(83.5%)	81(16.5%)	490(100%)
확산기	467(44.7%)	577(55.3%)	804(77%)	240(23%)	1044(100%)
상업기	802(65.1%)	430(34.9%)	953(77.4%)	279(22.6%)	1232(100%)
사회/문화기	1128(70%)	484(30%)	1257(78%)	355(22%)	1612(100%)
전체	2658(60.7%)	1720(39.3%)	3423(78.2%)	955(21.8%)	4378(100%)

(1. $\chi^2 = 191.09$, $df = 3$, $p < .001$, 2. $\chi^2 = 9.41$, $df = 3$, $p < .05$)

인터넷이라는 새로운 매체에 대해 전통매체인 신문은 뚜렷하게 낙관적이거나 비관적인 논조를 보이고 있지는 않다. <표 17>에 따르면, 특히 시기별로 차별적인 보도양상을 보이고 있지 않았으나, 비관적인 논조에 비해 대체로 낙관적으로 기사의 방향이 맞추어져 있다. 특히 인터넷이 보급되던 초창기부터 낙관적인 전망이 50%에 육박하는 비율로 나타났으며, 인터넷의 확산이 이뤄지던 시기에 인터넷의 낙관적인 방향에 대한 기사가 가장 많이 나타나고 있음을 알 수 있다. 그러나 낙관적인 전망만큼 비관적인 방향성도

인터넷의 확산기에 가장 많은 분포로 나타나고 있어 낙관적인 전망만을 강조하지는 않았다. 주목할 만한 것은, 인터넷 보급이 점차 확대되고 일반 대중의 생활 속에 깊숙이 자리 잡아 갈수록 보도의 낙관적 방향성이 감소하고 있는 반면, 비관적인 전망은 꾸준히 나타나고 있다는 것이다. 이는 인터넷의 확산에 따른 문제점도 간과하지 않고 지속적인 보도방향을 이끌어왔음을 보여주는 결과이다.

<표 17> 시기별 기사의 시각(tone)

(단위: 건)

시기구분	기사의 톤			전체
	호의적	중립	비호의적	
보급기	153(31.2%)	312(63.7%)	25(5.1%)	490(100%)
확산기	389(37.3%)	588(56.3%)	67(6.4%)	1044(100%)
상업기	335(27.2%)	741(60.1%)	156(12.7%)	1232(100%)
사회·문화기	361(22.4%)	1019(63.2%)	232(14.4%)	1612(100%)
전체	1238(28.3%)	2660(60.8%)	480(11%)	4378(100%)

($\chi^2 = 112.84$, $df = 6$, $p < .001$)

신문기사의 전반적인 시각은 해당 기사의 전체적인 맥락에 의해 판단되어지는 것이며, 구체적인 시각의 범주는 호의적, 중립적, 비호의적인 것으로 구분된다. 인터넷에 대한 호의적인 시각에서 보도된 기사들은 대개 인터넷의 확산에 따른 잠재력(예: 삶의 질 개선, 사회적 통합과 협력, 정치적·사회적 건전성, 교육이나 정보의 혁신 등)에 초점을 맞추고 있다. 이에 반해 비호의적인 시각에서 바라본 인터넷은 사회적인 갈등과 분열을 조장하고 정치적 또는 사회적 불안감을 야기하는 등의 부정적인 측면이 강조된다. 이러한 양극단의 입장이 아닌 중립적인 보도의 경우, 어느 한 측면에 치우치지 않고 균형적인 관점 또는 공평한 톤을 유지하고 있다.

인터넷의 발전시기에 따른 보도의 시각은 앞서의 기사의 방향성과 유사하게 나타났다. 즉, 각 시기별로 뚜렷한 차이점을 보여주고 있지는 않으나, 호의적인 기사는 인터넷 이용이 보편화될수록 호의적인 시각이 감소된 반면 비호의적 톤은 증대되고 있다. 특히, 보도의 방향성과 마찬가지로 호의적인

시각은 인터넷의 본격적인 확산이 이뤄진 시기에 가장 많이 나타난 반면 실제로 인터넷이 일상생활화 된 시기에 들어와서는 비호의적인 톤이 증대되었다. 물론, 가장 많은 기사의 전반적인 시각은 호의적이거나 비호의적이지 않은 중립적인 것이 가장 많은 분포를 차지하고 있었다.

이러한 기사의 방향성과 톤의 유사한 결과에 의해 기존의 전통매체인 신문이 새로이 등장한 인터넷을 경쟁적인 미디어로서 보도하고 있다는 판단을 하기는 어렵다. 그러나, 인터넷이 수용자들의 일상생활에 밀접하게 관여함에 따라 발생하는 문제들이 자연스럽게 보도되었을 것이라는 확실한 규정도 내리기 어려울 것이다. 따라서, 전통매체가 인터넷을 어떠한 방식으로 규정하고 있는지를 규명하는 것이 필요하다.

3) 인터넷 관련 보도의 프레임 경향

인터넷의 기술적인 발전과정에 따라 그리고 전통적인 매체가 인터넷이라는 새로운 매체에 대해 어떠한 용어(Keyword)를 주로 사용해 왔는지 그리고 프레임 요소와 방법에 대해 살펴본 결과, 인터넷기술의 발전적 단계는 크게 네 가지 유형으로 구분되었다. 즉, 인터넷이 상용화되기 이전의 시기, 인터넷이 일반에 소개되고 보급되기 시작한 보급기·확산기, 인터넷 접속기술의 발전과 컴퓨터의 보급 확대에 따른 상업적 상용화 시기, 그리고 새로운 세기에 접어들면서 이용자(user)들의 일상생활화 되어버린 사회·문화 시기 등이 그것이다. 이러한 각 시기에 따라 구체적으로 신문에서 어떠한 방식으로 보도하고 있는지에 대한 구체적인 경향을 살펴보는 것은 매우 중요하다. 각 시기별 신문보도의 프레임은 다음과 같이 정리할 수 있다.

(1) 인터넷 개인상용화이전 시기의 프레임

‘정보화 시대를 앞당길 첨병’ 프레임

인터넷이라는 단어조차 거의 등장하지 않았던 이 시기에는 주로 PC통신과 다가올 네트워크사회, 더 나아가 정보화 사회에 대해 조심스러우면서도

중립적인 입장과 낙관적인 입장을 동시에 보이고 있다. 1990년대 초반의 경우 국지적인 망(net)의 개념으로서 네트워크는 은행이나 증권회사와 같은 금융권에 국한된 것이었으며, 부가가치전산망(VAN)과 같은 정보의 소통경로에 대해서는 대체적으로 소개하는 수준에 머물러 자체적인 평가는 다소 무리가 있는 것도 사실이다. 또한, 기업의 내부망과 대학 내 행정망의 구축이 진행되었으나 외부 타 기관과의 네트워크나 정보의 교류는 사실 상 미미했다. 그러나, 다가올 정보화 사회에 대해서는 부정적인 영향이나 우려보다는 긍정적인 전망과 정보화사회의 새로운 가능성을 제시하기도 했다. 특히, 이러한 네트워크를 통한 정보의 공개와 교환, 그리고 국제적인 커뮤니케이션 매체로서의 가능성에 대해서도 적극적으로 소개했다. 온라인 통신망과 관련된 기사들에서 정보화시대로의 진입, 도약이라는 관점에서 컴퓨터를 이용한 통신 네트워크라는 새로운 시스템을 소개하고 발전가능성을 가늠하는 경우가 많았다.

일반 대중들에게 점차적으로 컴퓨터의 보급이 증대됨에 따라 자연스럽게 컴퓨터통신 이용자들이 점차적으로 증가했으며 초기의 소극적인 정보교환의 범위를 넘어서 다양한 서비스들이 소개되었다. 학습프로그램은 물론 통신망의 게시판과 동호회활동이 활발하게 이뤄지기 시작했으며, 특히 동호회의 유형도 점차 다양화되었다. 또한, 다가올 고속 컴퓨터통신 시대에 대한 기대감도 다양하게 표출되고 있었으며, 인터넷의 편리함과 관심증대에 대한 기사들도 많이 등장했다. 물론, 이러한 컴퓨터를 활용한 네트워크의 장밋빛 미래만 제시된 것만은 아니다. 초기 인터넷 관련기술의 취약성을 바탕으로 한 여러 가지 문제점들은 물론 컴퓨터를 활용한 신종 범죄(해킹 — 1991년 영국인 해커의 원자력연구소 해킹사건 — 이나 아이디 도용 — 1993년 청와대 비서실 아이디 도용을 통한 천리안 기밀 빼내기)와 바이러스에 대한 우려감(1990년 6월 3일자 《조선일보》, “의대강사 컴퓨터 바이러스 명의 됐다”)도 보도에 나타났다.

그러나, 컴퓨터를 이용한 생소한 범죄나 초기 인터넷 기술의 결함에서 비롯된 문제들로 인해 다가올 정보화 시대에 대한 부정적이거나 경계의 보

도경향은 일부분에 지나지 않는다. 전화선을 통해 연결된 초기 통신망의 기술에 대해 그리고 앞으로 진행될 고속 통신기술에 대해 전통매체는 정보화 사회를 위한 가능성 있는 신기술로 평가하고 있었다.

(2) 인터넷 보급기의 프레임

인터넷이 국내에 도입된 것은 앞서 지적한 대로 1994년 무렵이었으나, 실제로 일반에게 보급되기 시작한 것은 1995년부터라고 할 수 있다. 인터넷 보급이 이뤄지면서 전통매체들은 앞 다퉈 인터넷의 장점과 활용방법 등을 소개했다. 이 시기의 신문보도 방식을 요약하면 다음과 같다.

‘대중을 향한 인터넷 계몽’ 프레임

컴퓨터를 이용한 커뮤니케이션은 원래 기업이나 정부기관 같은 대규모 조직에서 이용하기 시작했으나, PC와 모뎀의 보급 증가, 사회간접자본으로서의 정보통신망 확충 등으로 일반인들의 생활영역에서도 컴퓨터 통신의 형태로 급속히 확대되었다(김현주: 1995, 6). 1989년 73만여 대에 불과했던 컴퓨터의 보급은 1994년에 들어서면서 130만여 대(정보통신정책연구원 웹 사이트 KISDI IT 통계서비스 참조)로 불과 5년 만에 거의 2배로 급증했다. 국내 컴퓨터 보급의 증대와 전 세계적으로 관심이 증폭되고 있던 인터넷은 전통매체에겐 좋은 기사거리가 되었다. 이는 실제로 신문기사에서 인터넷과 관련된 소개는 물론 해설, 기획, 연재(예: 가정이 정보도서관으로 바뀐다 “정보통신사회가 열린다” — 《한겨레》 1994년 2월 3일) 등의 기사방식으로 대중에게 인터넷의 유용성을 강조하는 것으로 표출되었다. 구체적으로 이전에 비해 단순하게 PC통신가입방법 또는 활용이나 과거의 국지적인 네트워크 개념에서 탈피하여 웹(World Wide Web)을 기반으로 한 인터넷에 관련된 프로그램과 소프트웨어에 대한 소개가 더 많이 등장하고 있다.

더구나 전통매체는 대체로 저렴한 비용으로 멀티미디어 소프트웨어와 광범위한 서비스를 제공받을 수 있는 컴퓨터 통신을 매력적인 매체로 간주했다. 이는 1994년에 인터넷이 일반에 소개되긴 했으나 일반화되지는 않았으

며, 인터넷보다는 컴퓨터 통신을 통한 정보화의 경험이 많았기 때문이다. 인터넷이 일반에 의해 본격적으로 활용되기 시작한 1995년에 들어서는 인터넷을 통한 정보이용과 다양한 매체적 기능을 수행하는 인터넷에 관한 보도가 주류를 이루고 있었다. 특히, 웹에 손쉽게 접속할 수 있는 소프트웨어의 개발로 인해 인터넷 이용이 용이해지면서 월드와이드 웹의 개념과 이용 방법, 적절한 정보 검색방법 등에 대한 소개도 많았다. 또한, 인터넷이 정보 매체로서 뿐만 아니라 상업매체로서도 유용하다는 보도가 등장했는데, 이 시기에 온라인 전자출판과 통신판매가 시작되었다. 더구나 선거캠페인의 수단으로 활용(《한겨레》 1995년 6월 14일자 “컴퓨터 통신 이용선거운동 본격화”)되기도 했음을 보도하고 있다. 이러한 인터넷에 의한 정보화 사회에 대해 전통적인 매체인 신문은 매우 낙관적인 관점을 보인 것은 물론, 인터넷이 끼치는 경제적인 영향에 주목하기도 했다. 즉, 인터넷을 통한 경제적인 이익에 대한 기대를 표명한 것은 물론 인터넷 비즈니스를 소개하는 기사(《한겨레》 1995년 5월 23일자 “인터넷 상업화 전문회사 등장”)들도 많았다.

인터넷 보급이 더욱 활발해진 1996년에는 인터넷 교육에 대한 기사와 인터넷의 기술적인 발전과 그에 대한 경제, 사회적 영향과 관련된 기사들이 주를 이루었다. 특히, 인터넷 교육에 관련된 기사들은 인터넷 보급을 위해 국가적인 차원에서의 운동으로까지 보일 정도로 적극적이었다. 여기에 인터넷을 미래에 없어서는 안 될 필수적인 매체로까지 표현하며 인터넷의 중요성을 강조했다(《조선일보》 1996년 11월 6일자 “인터넷 못하면 미래사회의 낙오자”). 구체적으로 인터넷과 관련된 전용선의 보급과 속도개선, 익스플로러와 넷스케이프간의 경쟁 그리고 가격의 저렴화, 인터넷을 통한 교육, 전자상거래, 전자금융의 개발과 개시 등이 자세하게 소개되었다. 해외에서 시시각각으로 개발된 기술관련 소식도 빠지지 않았다. 또한, PC통신을 통한 동호회의 활성화와 사이버 세계에 대한 인식 등을 소개하기도 했다.

인터넷의 출현과 일반에 공개됨에 따라 정보화 시대에 걸 맞는 수용자들을 위해 전통매체들은 인터넷을 부지런히 소개하고 대중들에게 이를 습득하고 생활화하도록 강조했다. 물론 인터넷으로 인한 여러 가지 문제점들을 언

급하지 않은 것은 아니지만, 신기술로서의 인터넷 관련 프로그램에 대한 자세한 소개와 컴퓨터 활용방법에 대해서도 구체적으로 기사화 한 것이 이 시기의 일반적인 기사구성방식이라 하겠다. 결국, 전통매체인 신문의 기사에서는 PC 통신에서 인터넷으로 가는 초기 단계의 세부적인 사항들을 보도함은 물론 이를 익혀야 한다는 인식을 강조했다.

(3) 인터넷 확산기의 프레임

1997년에 주목할 만한 것은 기존의 통신 시장을 주도하던 나우누리, 천리안, 하이텔 등의 업체들에 의한 인터넷 서비스가 점차적으로 하락세를 보였다는 것이다. 이는 케이블 망을 활용한 초고속 인터넷 서비스가 시범적으로 이뤄짐에 따른 것이다. 인터넷 확산기의 주된 특성은 인터넷과 관련된 다양한 부가현상들 또는 영역의 확대하고 할 수 있다. 즉, 오프라인에서 해오던 서비스들이 온라인으로 확대되었다는 것이다. 인터넷 확산기의 주된 보도 방식을 요약하면 다음과 같다.

‘일상 속으로의 침투(일상생활의 온라인화)’ 프레임

1997년 전반기 기사의 대부분은 인터넷의 보급과 관련된 것들이었다. 이러한 활발한 보급과 함께 미국이나 유럽의 선진국들을 중심으로 인터넷 공간에서의 소프트웨어나 오락, 금융, 부동산거래 등의 서비스나 상품을 거래하는 인터넷 전자상거래가 막 활성화되고 있음을 보도하고 있다. 전자상거래의 경우 국내에서는 초기 단계에 머물렀기 때문에 국내사례와 관련된 기사들은 찾아보기 힘들었으나, 인터넷을 활용한 신문과 광고 등 다양한 인터넷 관련 콘텐츠 사업들이 새롭게 등장하고 있음을 보고했다. 여기에 인터넷 방송, 인터넷을 통한 도서검색 네트워크, 인터넷 बैं킹, 그리고 인터넷 전화에 이르기까지 일상생활과 밀접한 분야로까지 인터넷이 침투하고 있음을 보도하고 있다.

이 시기 신문보도는 결국 오프라인에서 주로 행해졌던 것들이 점차적으로 온라인을 통해 수용자들에게 다가감에 따라 또한 컴퓨터의 보급률의 상

승에 따라 인터넷이 점차 생활 속으로 편입되고 있음을 강조하고 있는 것이다. 이러한 인터넷의 생활 침투에 따라 우려의 목소리도 등장했는데, 가령 바이러스, PC 통신 중독, 음란물의 유포, 사이버 테러 등에 대한 문제점이 지적되는 한편 이러한 것들을 해결하기 위한 인터넷 관련 법적·제도적 정비의 필요성이 지적되기도 했다. 그러나, 전술한 바처럼 1997년말에 시범적으로 운영된 케이블 텔레비전 망을 활용한 고속 인터넷 서비스사업에 대한 기대감이 더욱 크게 부각되었다. 이러한 고속 인터넷 서비스 사업의 시행은 인터넷의 상용화를 더욱 앞당길 것이라는 기대감이 크게 작용한 것이다.

1998년도 기사의 주요 이슈 역시 인터넷과 관련된 신규업종에 관한 것들이 많았으며, IMF 외환위기의 분위기가 반영된 듯 채용정보와 관련된 기사들은 물론 활발한 전자상거래 관련 기사들도 많았다. 또한 멀티미디어 부가통신 서비스, 인터넷 경매, 그리고 사이버 주식시장의 형성 등 경제와 오락 등 다양한 분야에서의 인터넷 활용측면을 부각하기도 했다. 이러한 인터넷의 일상화는 기업에게도 예외는 아니어서 기업의 홍보나 제품소개를 위한 홈페이지 제작이 활발해졌음을 보도했다. 한 가지 주목할 만한 것은 인터넷 상에서의 활발한 토론 문화가 시도되고 이러한 경향은 기존의 여론의 무대가 광장에서 인터넷으로 변화될 조짐을 보인다는 기대감 어린 기사들도 있었다.

이 시기의 경우 IMF 외환위기라는 경제적 어려움에도 불구하고 오프라인 상에서만 행해지던 다양한 우리의 일상들이 온라인상으로 서서히 옮겨가고 있음을 전통매체는 강조하고 있다. 결국, 인터넷의 보급과 확산은 우리의 일상생활의 영역을 넓혔다는 긍정적인 측면이 많이 언급되었으며 다가올 정보화시대에 대한 기대감도 여과 없이 보도되었던 것이다.

(4) 인터넷 상업적 상용화기의 프레임

1999년에 접어들면서 인터넷의 보급은 본격적으로 상용화되었다. 인터넷 이용률이 전년대비 3배 가까이 증대(98년 310만 명에서 940만 명으로 급증)되었으며 인터넷은 더 이상 새롭고 낯선 매체가 아닌 대중매체로서의 입지

를 확보하게 되었다. 이를 두고 전통매체인 신문에서는 다음과 같은 보도방식을 취하고 있다.

‘본격적인 정보화 사회로의 진입’ 프레임

이 시기에는 인터넷 사용이 그동안의 추세와는 달리 가정과 기업 일반 그리고 사회전반에 걸쳐 급격하게 퍼졌다. 이러한 인터넷의 급격한 보급에 따른 변화에 대해 기존 매체인 신문도 적극적으로 보도했으며, 이러한 추세를 산업혁명과 비교하여 정보혁명으로까지 묘사하고 있다(《한겨레》 1999년 8월 3일자 “인터넷 산업혁명”). 또한, 그동안 정보화에 소외되었던 농민층을 대상으로 한 정보화교육의 기회를 제공하는 등 정보화사회에 대한 대비도 뒤를 따랐다.

기존의 통신시대에서 활용되었던 이메일은 활용의 범위가 더욱 확대되어 세금납부에서 다양한 정보들을 획득할 수 있는 것은 물론, 이메일을 활용한 마케팅도 등장해 다양한 분야에서 커뮤니케이션 매체로서의 역할을 하게 되었다. 2000년대 접어들면서 그동안 황금 알을 낳는 거위처럼 여겨졌던 닷컴 기업들의 거품이 빠지고 조직이 경량화 되고 수익모델을 다양화하기 위해 전자상거래 사업이 더욱 본격화되었다. 이러한 변화에 따라 다양한 콘텐츠 제공노력은 물론 수익구조를 위한 업계의 노력들이 보도되었다. 특히, 90년대 초반에 도입된 전자상거래의 경우 이커머스(e-commerce)의 선두주자로서 점차 오프라인 시장을 위협하는 경제생활의 새로운 패러다임으로 자리 매김하는 것으로 보도되었다. 이러한 정보화시대의 개막에 대한 보도뿐만 아니라 그에 따른 우려와 문제점들도 많이 지적되었다.

우선, 1999년에 가장 많이 보도된 것은 밀레니엄 버그(Y2K)였다. 즉, 인터넷의 상용화에 따라 정보화 사회에 진입했으나 이를 가로막는 장벽으로 또는 21세기에 대한 불안감의 표현으로 밀레니엄 버그에 대한 보도는 낙관적인 전망과 만일에 있을 문제에 대한 우려감도 표시되었다. 즉, 밀레니엄 버그에 대한 정부 및 각 국의 대처방안에 대한 소개는 물론 이 문제에 대한 불안감과 사회 분위기, 그리고 이로 인한 발생될 사고에 대해서도 자세하게

보도했다. 물론, 밀레니엄 버그는 많은 우려와 걱정에도 불구하고 아무런 문제없이 극복되었으나 우리 사회가 처한 정보화 사회의 이면을 반증해주는 보도였다.

인터넷의 상용화에 따른 또 다른 현상으로 전통매체가 주목한 것은 경제생활의 변화였다. 즉, 인터넷상에서의 다양한 사업유형의 출현과 그에 따른 경제생활 전반에 걸친 변화에 대한 보도가 또 다른 정보화 사회를 대표하는 현상으로 표출되었다. 정부가 1999년 10월에 제정한 “전자상거래 표준약관”도 이러한 시대적인 분위기를 반영하는 대표적인 사례일 것이다. 특히 인터넷상에서의 상거래는 이용자들의 일상생활과 더욱 밀착되어 컴퓨터, 책, 꽃, 화장품, 음반, 은행거래, 우체국 서비스에 이르기까지 광범위한 영역에 걸쳐 퍼졌다. 이러한 인터넷 쇼핑몰에 대한 문제점들도 많이 지적되었는데, 특히 허술한 소비자보호 체계, 개인정보의 유출, 결제시스템 상의 안정성 문제 등 다양한 것들이 보도되었다. 이러한 문제점 제시에 따라 정부는 전자서명시스템, 즉 인증서 발급 등의 노력을 가시화하여 이용자들의 온라인상에서의 경제활동을 보호하기 위한 정책 및 대안들을 내놓았다. 또한, 시스템 해킹에 대한 문제점들이 지적되기도 했다.

2001년, 인터넷을 이용하는 인구가 2천만 명으로 국민의 과반수 정도로 까지 보급됨에 따라 인터넷이 야기한 정보사회의 문제점들도 더욱 증대되었다. 특히, 자살을 도모하기 위한 사이트가 사회적으로 큰 문제점으로 부각되었고 인터넷상에서 마약을 제조하기도 하며 청소년들의 사이버 중독에 대한 문제점들도 많이 보도되었다. 컴퓨터 통신 초기시대와는 달리 더욱 규모가 커진 해킹은 단순한 정보의 유출이라는 문제뿐만 아니라 이러한 정보를 통해 불법적인 활용이 문제가 되었다. 또한, 인터넷을 통한 성매매와 같은 문제점들도 사회적인 문제들로 지적되고 있었다. 인터넷에 의한 문제점들 중 눈에 띄는 것은 인터넷상에서의 저작권문제이다. 특히, 소리바다라는 P2P 각종 파일(음악이나 영상)교환 사이트가 기소됨에 따라 오프라인 상에서 뿐 아니라 온라인상에서의 저작권 논란이 일기 시작했다.

그동안 우리 사회에 있었던 범죄현상 모두에 대해 신문이 보도하는 것은

아니다. 그러나 인터넷이라는 더 이상 새롭지만은 않은 매체를 통한 범죄들은 충분히 뉴스거리가 되며 정보화 사회의 한 측면이라는 점에서 부각되고 있었다. 인터넷이라는 매체의 활용도가 신기하고 새로운 매체가 아닌 대중적인 매체로 성장함에 따라 전통적인 매체에서는 이로 인한 문제점을 경계해야 함을 강조한 것이다. 매체 경쟁이라는 측면도 없진 않겠으나 전통매체의 보도에서 초기 인터넷 시대에 보여준 기대감과는 달리 역사상 가장 단시일에 대중매체로 성장한 인터넷에 대한 우려감을 표시한 것이라 볼 수 있겠다.

(5) 인터넷 사회·문화기의 프레임

대중들의 삶의 일부분으로 자리 잡은 이 시기에 인터넷은 더 이상 무료서비스만으로는 살아남기 어렵게 되었다. 따라서 다양한 유형의 수익창출모형들을 고안하게 되었으며 이러한 노력들은 기존의 온라인 쇼핑물과 게임뿐만 아니라 아바타(Avatar) 등과 같은 다양한 유료컨텐츠들을 개발하기에 이른다. 이러한 수익모델추구는 인터넷 이용자들의 양질의 컨텐츠 요구와도 맞물려 이제는 보편적인 현상이 되어 버린 듯하다. 인터넷이 일반대중들의 일상생활이 된 최근의 보도경향을 요약하면 다음과 같이 정의할 수 있다.

‘사회·문화적 코드 생산자로서의 사이버 공간’ 프레임

인터넷은 이제 단순한 정보검색에 그치지 않고 보다 실용적인 사용이 증대되었으며, 개인이나 기업뿐만 아니라 다양한 서비스 업계와 의료계, 국가 공공기관에게까지 그 쓰임새가 매우 방대해졌다. 이렇듯 인터넷이 일반 대중들의 일상생활에 깊숙이 파고들면서 이전 시대와 가장 대별되는 특성 중 하나가 바로 커뮤니티(communitiy)의 활성화라고 할 수 있다. 커뮤니티의 활성화는 단순히 비슷한 취미와 취향을 가진 사람들만의 모임에서 점차 정치적 코드가 맞는 이들과의 모임으로 자발적인 정치참여 커뮤니티를 만들어 내기도 했다[《한겨레》 2002년 12월 21일자 “노무현을 사랑하는 사람들의 모임(노사모) 사무실에 수십 명의 노사 회원들이……”]. 이들 커뮤니티는 회원들 간의 정보공유뿐만 아니라 다양한 의견교환의 장이 되기도 하여

새로운 커뮤니케이션의 형태로 등장하기도 했다. 이러한 커뮤니티의 특성으로는 ‘게시판문화’를 들 수 있다. 누구나 자신의 의견을 쉽게 개진할 수 있는 게시판은 사회·문화적인 이슈들은 물론 다양한 분야에 있어 많은 인터넷 사용자들의 목소리를 담아냈다. 뿐만 아니라 이러한 게시판문화는 새로운 ‘안티(anti)’라는 새로운 문화코드의 등장에 결정적인 역할을 했다고 볼 수 있다. 이러한 커뮤니티 문화의 부작용으로 자살사이트와 같은 것들이 사회적 문제로 대두되기도 했다.

인터넷상에서 이용자들은 누구나가 정보의 제공자가 될 수 있게 되었다. 단순히 주어진 정보를 검색하고 활용하는 것에서 벗어나 인터넷 이용자라면 누구나 자신들의 의견을 개진할 수 있게 되었으며, 이러한 현상은 개인 간 또는 집단 간의 갈등을 유발하기도 했다. 이는 커뮤니티와 게시판의 활성화에 따라 유사한 이념을 지닌 이들 간의 온라인상의 모임과 연대가 가능해진 것에 의해 더욱 심화된 것이 사실이나 온라인상에서의 ‘익명성’도 중요한 문제점으로 지적되었다. 인터넷 사용시간의 증대에 따라 온라인상에서의 범죠포도 이전에 비해 매우 다양하게 나타났으며 온라인상에서 상호 비방하는 언어적 폭력 또한 문제시되었다.

인터넷의 영역은 매우 다양화되어 온라인 소셜이라는 독특한 장르를 만들어 내어 수많은 인터넷 이용자들의 각광을 받았으며, 영화로 제작되기도 했다. 이에 대해 신문들은 문화생산주체로서의 인터넷의 가능성을 제기하기도 했다. 또한, 인터넷상에서 꾸준히 제기되었던 저작권의 문제는 소리바다에 이어 벅스뮤직 사이트에서도 문제가 되기도 했다. 인터넷 공간이 문화공간으로서 기능하고 있으나 그에 대한 문학적 회의감이나 오프라인 상에서의 대중문화침체 야기라는 부정적인 측면이 동시에 부각된 것이다.

2004년 미증유의 대통령 탄핵은 인터넷 공간이 국민들의 의견표출은 물론 공감대 형성을 자극하는 매체로서의 가능성을 보여주었다. 물론, 인터넷상에서의 의견은 획일화되지 않고 다양한 의견들이 표출되었으나, 세대간 또는 이념적 지향에 따른 집단 갈등양상으로 나타나기도 했다. 탄핵정국의 와중에 시행된 4·15총선에서 인터넷은 본격적인 선거매체로서의 기능을 확

립했다. 정치인들 역시 개정된 선거법에 의해 온라인상에서의 선거운동에 예전에 비해 비중을 많이 둔 것은 물론 시민단체의 활발한 선거감시활동도 온라인을 통해 구현되었다.

인터넷이 우리사회에 깊숙이 관여하고 있음을 보여준 사건이 2003년 1월 27일에 발생한 인터넷 대란이다. 인터넷을 통한 업무는 물론 우리 생활 전반에 걸쳐 중요한 위치를 점하게 된 인터넷이 마비됨에 따라 사회 곳곳에서 문제가 발생하게 된 것이다. 이에 대해 신문들은 거의 1개월 동안 지속적으로 인터넷 마비로 인한 문제점들과 이에 대한 대비책 등에 대해 보도했다. 인터넷이 우리의 일상으로 자리 잡음에 따라 이로 인한 문제점에 대해 지적한 것이다. 이 밖에도 기존의 인터넷 관련 문제점으로 지적되었던 바이러스 확산의 문제, 인터넷을 통한 성매매, 인터넷 실명제 등의 문제가 주된 이슈로 부각되기도 했다.

인터넷 사용인구가 젊은 세대에서 전 연령층 또는 세대로 확대됨에 따라 인터넷은 정보격차를 유발하는 매체라는 오명을 벗고 있다. 누구나 접속할 수 있는 환경이 구축되어 있지만 하다면 개인 스스로가 여론을 형성할 수 있으며 사회, 문화, 정치적인 문제나 이슈에 대한 의견을 개진할 수 있게 되었다. 오히려 인터넷을 통해 가려져 있던 문제들이 부각되기도 하며 전통 매체에서도 인터넷상에서의 여론의 추이에 촉각을 세우게 되었다. 인터넷이 일반에 보급 된지 불과 10여 년 밖에 지나지 않았으나, 초기에 신기술로서 그리고 정보화 사회로의 진입을 앞당겨줄 새로운 매체로서의 가능성은 이미 현실화되었다. 다양한 사회 또는 문화적 현상을 만들어 내고 오프라인에서만 가능하던 일들이 온라인상에서 보편화됨에 따라 인터넷은 사회·문화적 나아가 정치적 코드를 양산하는 매체로 그려지고 있었다.

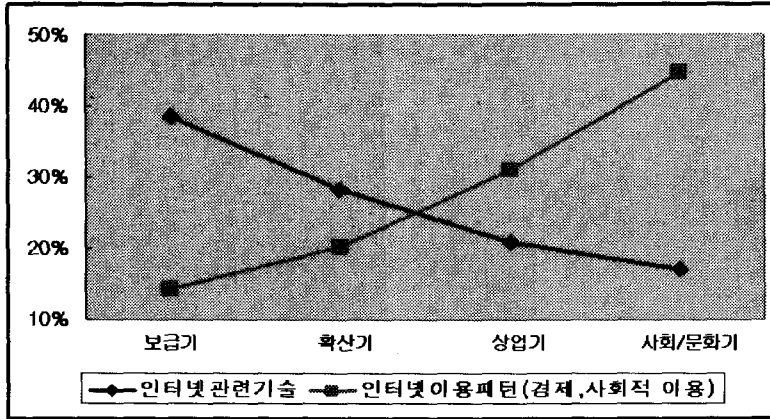
5. 결론 및 논의

본 연구에서는 인터넷이 오늘날 대중매체의 위치를 점하기까지의 과정을

전통매체의 보도를 통해 간접적으로 살펴보았다. 또한, 기존의 인터넷 관련 연구들이 기술발전과 그에 따른 일반 대중들의 미디어 대체 또는 이용과 충족이론에 접근한 것들에 비해 실제로 새로운 미디어의 출현으로부터 현재에 이르기까지 전통적인 매체가 어떠한 방식으로 틀 짓기를 하고 있는 지 살펴보았다. 이를 위해 기존 전통매체 중 신문을 선정했으며 인터넷이 상용화되기 이전시기부터 인터넷이 사회전반에 걸쳐 고르게 활용되고 있는 현재의 시점까지의 인터넷 관련 기사들을 대상으로 내용분석을 실시했다. 이러한 내용분석을 통해 인터넷의 기술발전단계와 신문보도의 키워드 특성에 따라 인터넷 시기를 네 가지 유형으로 구분(연구문제 1)했다. 즉, 인터넷의 상용화이전의 보급기(1989~1995년), 인터넷이 일반에 확산된 시기(1996~1998년), 인터넷의 상업적 상용화기(1999~2001년), 인터넷이 일반대중의 일상생활에 관여한 사회·문화기(2002~2004년) 등으로 구분되었다.

각 시기별로 신문보도가 어떠한 방식으로 프레임을 구성하고 있는지를 규명하기 위해 프레임 요소와 방법을 조작적으로 정의하여 측정(연구문제 2)했다. 이를 위해 1989년부터 2004년까지의 인터넷관련 키워드 검색을 통해 모집단을 추출했으며, 추출된 모집단을 각 시기별로 차별적인 임의할당 표집을 통해 표본 집단을 추출했다. 내용분석 결과, 기사의 형식적인 측면(즉 기사의 작성주체나 게재면 등)이나 내용적인 측면(기사초점, 범주, 주제, 사회제도, 기사의 톤, 방향성 등) 모두에서 대체로 시기별로 차별적인 프레임 장치를 배열하고 있었다. 우선, 형식적인 측면에서 보면 인터넷의 보급이 대중화될수록 외부기고가나 독자 등 신문사 외적인 기사작성자들의 분포가 증대되었으며, 인터넷 기술 도입 초기에 정보통신이나 과학기술면에 주로 게재되던 것이 정치면, 경제면, 사회면 등 다양한 지면으로 확대되었다. 이는 인터넷과 관련된 전통매체의 보도방식이 기술위주의 계열체적인 측면(seriation)에서 인터넷 이용이 점차적으로 대중화됨에 따라 사회적인 시각을 가미한 통합체적인 관점(skeuomorphs)으로 이동한 증거로 볼 수 있다. 이는 각 시기별 기사를 인터넷 관련기술과 인터넷 이용과 관련된 것으로 배열한 다음의 그림에서 명확하게 나타나고 있다.

<그림 2> 시기별 인터넷 기술·이용관련 분포



내용적인 측면에서도 대체적으로 각 시기별 프레임 과정이 차별적으로 드러났다. 인터넷 활용이 점차 많아지고 이에 따라 초기에는 인터넷 기술을 소개하고 인터넷의 장점과 유용성위주로 일반적인 수준의 그쳤던 기사들도 점차적으로 특정한 세부 인터넷 요소들을 기사대상으로 삼게 되었다. 또한, 기사 내에 등장하는 행위주체들도 다양하게 분포되었는데, 주로 경제적인 주체(주로 기업, 상업, 산업 주체들)와 매체적인 관점(매체산업 전반, 방송, 신문, 통신융합 등)에서 많이 다뤄졌으나 인터넷의 상용화에 따라 점차적으로 행위주체들도 교육과 행정은 물론 정치적인 영역으로까지 확대되고 있었다. 이러한 행위주체의 변화에 따라 기사의 주제들도 변화하게 되었는데, 도입 초기 신기술 또는 뉴미디어의 등장으로서 소개되었던 인터넷은 정보의 교환을 위한 매체는 물론 상업적으로 이용이 가능한 매체, 그리고 이용자들 간의 다양한 커뮤니케이션 매체로서 기능하고 있음을 보도했다. 반면, 인터넷의 주된 사용동기로 지적되곤 하는 오락적 매체 또는 뉴스매체로서의 인터넷에 대한 보도는 상대적으로 적은 분포를 차지하고 있었다. 또한, 오락매체로서의 인터넷에 대한 보도의 대부분은 부정적으로 초점이 맞추어져 있기도 하다.

이는 온라인을 통한 뉴스의 접촉이 전통적 매체의 시각에서 다루기에는 달갑지 않은 시각이 반영된 것으로 추정할 수 있다. 인터넷에 대한 신문보도의 방향성과 시각을 보면 이러한 경향은 더욱 두드러지게 나타난다. 인터넷에 대한 보도의 방향성과 톤은 시기별로 유형화 또는 구별할 수 있을 정도의 수준으로 틀 짓기 되어 있지는 않았다. 그러나 인터넷이 기존 매체와 동등한 위치를 점하고 심지어 전통미디어의 자리까지 위협하는 수준에 이르지 도입 초기와 비교하여 상대적으로 비판적인 논조와 시각이 표출된 것은 사실이다. 이러한 것은 프레임 경향에서도 인터넷상에서의 문제점을 부각하는 것에서도 발견할 수 있다.

인터넷이 상용화되기 이전의 신문보도 내용을 세부적으로 살펴보면, 내용분석의 결과들이 더욱 구체화됨을 알 수 있다. 즉, 인터넷이 상용화되기 이전에 신문보도의 프레임 경향이 정보화시대를 앞당길 첨병이었다면 불과 15년이 지난 오늘날에는 사회·문화적인 코드 양산자로서의 사이버 공간으로 규정되고 있다. 특히, 인터넷이 보급되던 시기에 신문들은 수용자들에게 인터넷의 유용성과 중요성을 알리고 정보사회의 낙오자가 되기 않기 위해서는 인터넷을 알아야 한다고 하는 계몽적인 프레임 경향도 보였다. 그러나, 실제로 인터넷이 일상생활 속으로 보편화됨에 따라 수반되는 여러 가지 사회적 문제점들에 대한 지적도 빠트리지는 않았다. 더욱이 인터넷이 쇼핑몰과 닷컴 기업과 같은 형태의 상업적 매체로 활성화를 띄면서 본격적인 정보화 사회로 진입하게 되자 그에 대한 기대감과 함께 인터넷상에서의 저작권과 성범죄와 같은 문제들도 제기했다. 인터넷의 활용 폭과 범위가 개인과 경제적인 측면뿐만 아니라 사회, 정치 분야로까지 확대됨에 따라 신문보도는 인터넷의 영향력을 인정하게 된다.

특히, 인터넷상에서의 다양한 주체들의 활동과 그에 따른 사회 여론의 형성, 그리고 다양한 인터넷상에서의 문화적 시도들에 의해 기존의 텔레비전과 신문에 버금가는 영향력에 접근했음을 신문보도들은 지적했다. 더구나 정치적인 영역에서 인터넷 이용자들의 활동과 그들 간의 갈등이 새로운 사회현상으로 부각됨에 따라 인터넷은 더 이상 신문보도에 의해 ‘소개되는’

수준의 미디어를 넘어선 것을 스스로 인정한 것이다. 그러나, 앞서의 다양한 프레임 장치들에 의한 프레임 구성방식에서도 보았듯이 보급의 확대에 따른 인터넷 문제의 심각성도 더욱 강조되기도 했다.

인터넷에 대한 신문의 보도는 신규 미디어에 대한 소개의 차원에서 동등한 위치의 매체를 바라보는 중립적인 관점으로의 변화였다고 요약할 수 있겠다. 혹자들은 여전히 인터넷이라는 매체의 영향력으로 인해 인쇄신문의 위기가 가중될 것이라는 예상을 포기하지 않고 있다. 그렇다고 해서 인터넷에 대한 신문보도의 프레임 장치나 경향을 통해 드러난 다소 비판적이고 비호의적인 기사방향이 인터넷을 경쟁적인 매체로 보고 그에 대한 두려움과 갈아 내리기 식의 보도라고 단정 지을 수는 없을 것이다. 본 연구에서 드러난 보도의 프레임에 의하면, 신문은 인터넷에 대한 보급에 일조했다는 긍정적인 측면과 함께 정보화 사회에서 벌어지는 또는 우려되는 문제점을 비교적 중립적으로 지적한 것으로 판단 할 수 있겠다. 물론, 이후 벌어질 기술발전과 그에 따른 매체 간 위치와 경쟁에 대해서는 예측하기 어려우나 인터넷의 발전은 물론 디지털미디어에 대한 관심과 이용은 증폭될 것이 자명하다. 따라서, 이에 대한 전통적인 매체의 보도방식은 매우 중요하며 앞으로 이에 대한 지속적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

◆ 참고문헌

- 강명구 (1990). 한국TV 뉴스의 내용과 형식에 관한 분석. <TV 뉴스보도>, 언론연구원연구서, 5~22쪽.
- 김영석 (2000). 『디지털미디어와 사회』. 서울: 나남.
- 김진영 (2004). 미디어 대체에 관한 연구. 《한국언론정보학보》, 24, 37~67쪽.
- 김학수 (2000). 『과학 문화의 이해』. 서울: 일진사.
- 민언련·전국언론노조·시민방송 주최 (2003). 『이라크침공 관련보도 무엇이 문제인가?』. http://media_today.co.kr/data.

- 박선희 (2001). 언론개혁에 관한 인터넷 뉴스프레임 분석. 《한국방송학보》, 15(2), 81~119쪽.
- 박성호 (2002). 『인터넷 미디어의 이해와 활용』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 박영상 (1995). 되돌아보는 뉴스의 가치와 의미. 《저널리즘비평》, 12월호.
- 박용규 (2001). 한국신문 범죄보도의 역사적 변천에 관한 연구. 《한국언론학보》, 24(2), 156~185쪽.
- 박정의 (2001). 지역공동체 구조와 뉴스프레임이 투표행위에 미치는 영향. 《한국언론학보》, 가을호(17), 37~60쪽.
- 박종민 (2003). 휴대전화, 인터넷, 텔레비전의 미디어 속성 차이와 이용동기 요인 연구. 《한국언론학보》, 47(2), 221~249쪽.
- 박천일 (2000). 적소이론을 통해 본 PC통신과 인터넷의 이용이 대학생의 미디어 대체에 미치는 효과연구. 《정보사회연구》, 봄호, 19~44쪽.
- 손화철 (2003). 사회구성주의와 기술의 민주화에 대한 비판적 고찰. 《철학》, 76, 263~288쪽.
- 심미선 (2001). 케이블 TV 및 인터넷 등장에 따른 지상파방송 시청행위 변화에 관한 연구. 《한국언론학보》, 42(2), 250~283쪽.
- 안동근 (1999). 인터넷 시대의 수용자: 능동성 개념을 뛰어넘어. 김정기·박동숙 외. 『매스미디어 수용자』. 서울: 커뮤니케이션북스, 305~326쪽.
- 이광엽 (2002). 인터넷과 신문. 원우현 외. 『인터넷 커뮤니케이션』. 서울: 박영사, 105~130쪽.
- 이광훈 (2004). 인터넷 미디어에 의한 콘텐츠 소비 대체 분석. 《산업조직연구》, 21(1), 1~20쪽.
- 이두갑·전치형 (2001). 인간의 경계: 기술결정론과 기술사회에서의 인간. 《한국과학사회학지》, 23(2호), 157~179쪽.
- 이재현 (2004). 『모바일미디어와 모바일사회』. 서울: 커뮤니케이션스북스.
- 이준웅 (2000). 프레임, 해석 그리고 커뮤니케이션 효과. 《언론과 사회》, 29, 85~152쪽.
- _____ (2001). 갈등적 이슈에 대한 뉴스 프레임 구성방식이 의견형성에 미치는 영향. 내러티브 해석 모형의 경험적 검증 중심적으로. 《한국언론학보》, 46(1), 441~484쪽.

- 이창기 (2001). 뼈저리게 느낀 한국 언론의 후진성, 《관훈저널》, 겨울호.
- 우지숙 (2001). 신문, 방송, 인터넷신문의 인터넷 관련 뉴스보도의 특성에 관한 연구. 2002 봄철 언론학회 학술발표논문.
- 유세경 (2004). 텔레비전과 인터넷 이용행위의 상호관계성에 관한 연구, 《한국방송학보》, 18(3), 475~520쪽.
- 최영·김병철 (2000). 인터넷신문의 상호작용성에 관한 연구: 국내 인터넷신문이 상호작용 메커니즘에 대한 실증 분석, 《한국언론학보》, 44(4), 172~200쪽.
- 한경석·정백 (1999). 『인터넷신문과 종이신문』. 서울: 중앙M&B.
- 한국언론재단 (2001). 『한국의 인터넷신문: 실태와 과제』. 서울: 한국언론재단.
- 한국전산원 (2004). 『한국인터넷 백서 2004』.
- 한동섭 (2000). '일차규정자'의 결정력과 미디어 경제간의 상관관계에 관한 연구. 《한국언론학보》, 44(2), 215~245쪽.
- 황용석·양승찬(2002). 『온라인 저널리즘의 공공이슈보도: 상호작용적 기능의 활용을 중심으로』. 서울: 한국언론재단.
- Abrahamson, D. (1998). The Visible Hand: Money, Market, and Media Evolution. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(1), 14~18.
- Ashley, J. L. & Olson, B. (1998). Constructing Reality: Print Media's Framing of the Women's Movement, 1966~1986. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 75, 263~277.
- Bolter, J. & Grisin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MA: The MIT press.
- Dominick, J. R. & Wimmer, J. (1991). *Mass media research: An Introduction*(4th ed.). Needham Heights: Allyn and Bacon, Inc.
- Entman, R.M. (1991). Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6~27.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Levy, M. & Gurevitch, M. (eds.). *Defining Media Studies*, New York: Oxford University Press.
- Fischer, C. (1992). *America's Calling*. Berkeley: University of California

Press.

- Fulk, J. (1993), Social Construction of Communication Technology. *Academy of Management Journal*, 36, 921~950.
- Gamson, W.A. (1989). News as Framing. *American Behavioral Scientist*, 33(2): 157~161.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W. & Sasson, T. (1991). Media Images and the Social Construction of Reality. *Annual Review of Sociology*. 18, 373~393.
- Gamson, W. A. & Lash, W. E. (1983). The Political Culture of Social Welfare Policy. in S. E. Spiro & E. Yuchtman-Yaar (Eds.). *Evaluating the Welfare State: Social and Political Perspective*. San Diego, CA: Academic Press, 397~415
- Ghanem, S. (1997). Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. in M. McCombs, D. Shaw and D. Weaver (eds.) *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*, Mahwah London: Lawrence Erlbaum, 3~14.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University California Press.
- Goffman, E. (1974), *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hayles, N. K. (1999). *How We Become Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1990). Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty. *Political Behavior*, 12, 19~40.
- _____ (1991). *Is Anyone Responsible: How Television Frames Political Issues*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kweon, S. (2004). Society, Technology, and Internet Evolution: Creating Model of News Framing in New Media Development and Empirical Test. *Asian Communication Research*, 1(2), 84~107.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*, New York: Macmillan.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New

York: McGraw-Hill.

- Nelkin, D. (1987). *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York, NY: Random House.
- Reesw, S. D. (1997). News Paradigm and the Ideology of Objectivity: A Socialist at the Wall Street Journal. in D. Berkowitz(ed.). *Social meaning of news*. Thousand Oaks: Sage.
- Runin, A. M. (1983). Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations. *Journal of Broadcasting*, 27(1), 37~51.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*. Newbury Park: Sage.
- Yates, J., & Orlikowski, W. J. (1992). Genres of Organizational Communication: A Structural Approach to Studying Communication and Media. *Academy of Management Review*, 17(2), 299~326

(최초 투고 2005. 2. 22, 최종원고 제출일 2005. 7. 11)

Internet News Frame

A Study of News Coverage Trends in Longitudinal Internet Media Development

Sang-Hee Kweon

(Dept. of Journalism and Mass Communication, Sung Kyun Kwan University)

This research explores the empirical confirmation of the Internet development including from the period of innovation to the time of social-cultural use in today. The research focused on how tradition news media cover about the Internet developed from early to today, and understanding the media characteristics on the each stages from news frame. The research is designed to conduct content analysis from 1989 to 2004, then this research is divided four(4) stages of the Internet development: innovation, diffusion, commercial usage, social-cultural usage.

The results shows that there are significant different coverage by the stages. First of all, the news coverage pattern shift from technology focused on early stages to social usage focused on the later stages. This research confirms that the ratio of the seriation(technology) coverage declined when social usage is increased, on the other hand skeumorphs(social usage and content) coverage is increased in the commercial and social usage stages. This coverage pattern among news media does not such a big different and there is no competitive coverage. Moreover, the news coverage shifted from thematic coverage on early stages to episodic coverage while the number of usage increasing. In addition, the tone of coverage has not been changed significantly.

Keywords: Internet Development Stage, News Frame, Seriation, Skeumorphs, Thematic, Episodic Coverage, Social Constructionism.