Journal of Public Relations, Vol.18, No.3, Aug, 2014, pp.13~43.
ISSN : 1229-2869-42

사단법인 한국PR학회
Korean Academic Society for Public Relations

금연정책관련 온라인 뉴스와 댓글 유형의 내용 분석*

좌보경 한양대학교 광고홍보학과 석사**
백혜진 한양대학교 광고홍보학과 부교수***
서필교 한양대학교 광고홍보학과 석사 과정****

온라인 뉴스의 소비가 점차 증가하고, 공중은 댓글을 통해 자신들의 의견을 표현할 수 있게 됨에 따라, 댓글이 온라인 여론 형성에 중요한 역할을 하고 있다. 본 연구는 '금연정책'이라는 이슈를 선정하여 금연정책 관련 기사의 속성에 따라 댓글의 유형이 어떻게 달라지는지를 알아보고자 하였다.
기사의 속성 유목으로서 '뉴스 프레임', '정보원', '하위 주제' 항목을 선정하였으며, 댓글 유목은 '이성·감성 댓글', '정책지지 댓글'로 선정하였다. 연구 결과, 첫 번째로 주제적 프레임 기사에서 감성 댓글의 빈도(63.5%)가 일화적 프레임 기사에서 감성 댓글의 빈도(48.8%)보다 높게 나타났으며, 둘째, 주제적 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(33.5%)가 일화적 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(23.8%)보다 높게 나타났다. 셋째, 뉴스 프레임의 유형(갈등, 인간적 흥미, 경제적 중요성, 도덕성, 책임)에서 정책지지 댓글의 빈도가 높은 프레임은 갈등프레임으로 나타났다(31.2%). 넷째, 전문적 정보원이 제시된 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(36.0%)가 비전문적 정보원이 제시된 기사에 정책지지 댓글의 빈도(25.2%)보다 더 높게 나타났다. 마지막으로, 기사의 하위 주제에 따른 정책지지 댓글 간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 밝혀졌다. 프레임과 정보원의 유형에 따라 정책 지지의 빈도가 달라지기도 하였지만, 전체적으로 정책지지 댓글의 빈도는 매우 낮았다.

KEYWORDS 온라인 뉴스, 댓글, 금연정책, 뉴스 프레임

* 이 논문은 좌보경의 석사학위 논문에 기초함.
** 책임저자, cicy87@naver.com
*** 교신저자, 55 Hanyangdaehak-ro, Sangnok-gu, Ansan, Gyeonggi-do Korea, 426-791, hjpaek@hanyang.ac.kr, 82)10-6209-1987
**** voyage06@naver.com

www.kci.go.kr

서론

현대사회에 접어들면서 정보통신기술의 발달은 PR 분야에 많은 변화를 가져왔다(Lee & Kim, 2012). 과거 매스미디어만이 주를 이루었던 시대에는 공중들은 수동적인 위치에 있었기 때문에 노출에만 관심을 두고 PR활동을 전개하였지만, 인터넷과 SNS와 같은 새로운 미디어가 나타나면서 공중들은 능동적인 위치로 이동하였으며, 공중 스스로 컨텐츠와 메시지를 생산하고 공유하는 형태가 일반화되면서 공중과의 소통을 중시하는 PR분야에 많은 혁신을 가져오고 있다(Cha, 2013, Choi & Kim, 2013). 이러한 상황에서 새로운 미디어의 변화에 부응하는 PR의 중요성은 증가하고 있다(Lee, 2013). 예를 들어, 과거에는 언론홍보 등 다양한 PR활동이 인쇄매체를 통해 상당부분 진행되었지만, 현재 온라인 뉴스의 소비가 인쇄신문의 소비를 뛰어넘으면서 인쇄신문의 역할을 온라인 뉴스를 활용하는 언론홍보 활동이 점차 증가하고 있다. 온라인 뉴스는 인쇄신문과는 많이 차이점을 갖고 있으며, 그중 온라인 뉴스와 인쇄 신문과 비교해서 나타나는 가장 큰 차이점은 '댓글'이다(Lim, 2006).

댓글을 통해 독자들은 자신들의 의견을 표현하고, 정보를 교환하며 쌍방향 커뮤니케이션을 하고 있다. 그에 따라, 최근 들어 댓글의 영향력이 많은 관심을 받고 있다(Lee, 2013). 실제로 온라인 뉴스 이용자의 80%가 댓글도 함께 읽는다고 응답하였으며(Park, 2013), 댓글에 나타난 의견을 현실의 여론으로 인식하는 경향이 나타났다(Lee & Jang, 2009). 이는 댓글이 의견 전파의 도구의 역할을 하게 된다는 것을 의미한다. 또한, 온라인 뉴스의 댓글은 뉴스 기사의 원문 내용을 보완하거나 추가적인 내용을 제공하고 전달하는 기능도 하고 있다(Lee & Sung, 2007). 또한, 기사에 달린 댓글이 기사보다 더 많은 정보를 제공하면서 댓글을 통해 토론이 형성되는 '댓글 저널리즘'이라는 용어가 나타나기 시작했다(Kim, 2003). 다시 말해, 댓글이 미디어가 된 것이다(Park, 2013).

댓글의 영향력이 점차 증가하는 현 시점에서 댓글에 대한 학문적 관심 또한 증가하고 있다(Lee, 2013). 하지만 기존의 연구들은 댓글이 수용자에게 어떻게 영향을 미치는가와 같은 댓글의 영향력 연구(Kang & Kim, 2012; Kim & Rhee, 2011, Yang, 2008) 또는 어떤 댓글이 나타나는가와 같은 댓글에만 초점을 둔 연구(Kim & Rhee, 2006; Kim, 2009; Joe, 2007)가 진행되어 왔다. 즉, 현재까지 뉴스의 속성과 경향이 댓글의 특징과 어떠한 관계가 있는지에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 이재신 · 김지은 · 류재미 · 장재혁(Lee, Kim, Ryu, & Jang, 2010)의 연구에서는 뉴스의 속성이 댓글의 유형에 영향을 주는지를 알아보았지만 뉴스의 속성으로서 장르와 프레임만을 다룰 뿐 다양한 뉴스의 속성을 다루지 않았다는 한계점을 갖는다. 온라인 뉴스에서의 댓글의 영향력에 대한 관심이 증대되고 있는 현시점에서 온라인 뉴스의 속성에 따라 댓글이 어떻게 달라지는지에 대하여 알아보는 것은 매우 의미가 있을 것으로 판단된다. 따라서 본 연구는 뉴스의 속성으로서 프레임, 정보원, 하위 주제와 댓글의 연관성을 알아보고자 한다. 구체적으로는 '금연정책'이라는 이슈를 선정하여 금

www.kci.go.kr

연정책 관련 기사의 속성에 따라 댓글이 어떻게 달라지는지를 알아보고자 한다. 정책 관련 기사와 댓글의 분석을 통해 기사의 속성에 따른 정책에 대한 여론의 동향을 파악하고, 이를 공중과의 효과적인 커뮤니케이션에 활용할 수 있음을 지적하고자 한다.

문헌 연구

온라인 뉴스와 댓글

한국의 약 77%의 신문 구독자들은 온라인을 통해 뉴스를 접하고 있다(김혜미 · Rhee, 2011). 사람들의 온라인을 통한 뉴스의 소비가 보편화되고, 적지 않은 뉴스 소비자들이 온라인으로 옮겨가고 있다(Korean Association oh Newspapers, 2011). 다시 말해, 많은 사람들이 인쇄신문이 아닌 온라인 미디어를 통해 뉴스를 접하고 있는 것이다. 또한, TV 뉴스도 온라인 미디어를 통해 시청하고 있으며, 다양한 언론홍보에서도 인쇄신문과 TV 뉴스가 했던 역할이 온라인 뉴스로 대체되고 있다. 이처럼 전통 미디어의 영향력과 효과가 감소함에 따라 신문, 방송 등 뉴스 매체에 대한 의존도가 높았던 PR 분야에서는 새로운 미디어를 통한 PR활동에 관심을 기울이고 있다(Lee & Sung, 2007). 박성호(Park, 2002, 85쪽, 재인용)는 온라인 뉴스를 '인터넷 신문'이라고 명명하며, '인터넷을 매체로 하여 제공되는 신문'이라고 정의했다. 다시 말해, 온라인 뉴스는 온라인을 통해 제공되는 신문이며, 일간지를 포함한 기존의 신문사나 방송사가 인터넷이라는 사이버 공간을 통해 신문기사를 전자화면 형태로 제공하는 것을 말한다(Park, 2005).

온라인 뉴스의 이용이 증가함에 따라 주목해야 할 온라인 뉴스의 특징은 상호작용성이다(Park, 2001; Choi, 2004; Morris & Ogan, 1996). 상호작용성이란 '커뮤니케이션 과정의 참여자들이 서로 간의 대화과정에서 그 과정을 통제하고, 서로 간의 역할을 바꿀 수 있는 정도'를 가리킨다(Song, 2002; Williams, Rice, & Rogers, 1988/Yang, 2008, 256쪽, 재인용).

온라인 뉴스에서 상호작용성의 특징을 여실히 보여주는 현상은 댓글이다(Yang, 2008). 댓글이란 인터넷상에서 타인의 게시물에 대한 자신의 의견을 표현하는 글을 말한다(Joe, 2007, p. 68 재인용). 신문에서 특정한 사건이 전달되는 과정에서 실제 내용이 그대로 전달되는 경우도 있지만, 인터넷은 댓글이라는 매개적 상호작용으로 인하여 사실과 다르게 전달되거나 신문의 실제 인물이 다르게 평가되는 경향이 있다(Park, 2012). 즉, 댓글의 견해가 신문 수용자들에게 더 큰 영향을 미칠 개연성이 충분히 있는 것이다(Yang, 2008). 다시 말해, 신문의 내용보다는 댓글이 신문의 수용자에게 더 강하게 영향을 미치는 한 요소로 작용하게 된다는 것이다. 인터넷에 댓글을 쓰는 사람들이 주요 정보원의 형태로 부각되면서, 이전의 라자스펠드 연구진이 2단계 유통 가설에서 말했던(Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1968) '미디어와 여론지도자의 역할'을 인터넷에서는 댓글이 그 자리를 맡게 되었다(Case, Johnson, Andrews, Allard, & Kelly, 2004).

그러나 댓글에 대한 비판적인 입장도 존재한다. 댓글을 통해 많은 네티즌들의 비이성적인 욕설과

www.kci.go.kr

비난 등의 언어폭력이 나타나면서 댓글 토론은 공론장이 아니라 '난장'의 성격을 지니고 있다는 평가를 받았다(Kim & Kim, 2005). 또한, 온라인 게시판에 글을 올리는 표현에 대한 인터넷 예절 교육이 이루어지지 않은 상태에서 기술적 문명과 정신적인 문화 사이의 간격으로 인하여 온라인 뉴스의 댓글에서는 욕설, 비방적인 글과 같은 부정적이고 비이성적인 댓글이 많이 나타나고 있다고 평가 받았다(Kwon, 2003). 온라인 뉴스 댓글의 상호작용적인 특징을 분석한 김병철(Kim, 2004)의 연구 결과에 따르면, 온라인 뉴스 댓글을 통해 이루어지고 있는 토론은 합리적이고 이성적인 과정이 이루어지기 보다는 언어폭력이 난무하는 비이성적인 과정이 이루어진다고 전했다.

그러나 최근의 연구에서는 독자가 댓글을 읽음으로서 기사에 대한 평가를 하며 이와 함께 여론의 동향까지 파악한다는 결과가 나타나고 있다(Lee & Jang, 2009; Lee & Lee, 2008). 다시 말해, 댓글을 쓰는 사람의 적극적인 행위와 읽는 사람들의 소극적인 행위가 합쳐져서 여론을 주도하는 중요한 흐름이 되고 있는 것이다(Park, 2012). 온라인 뉴스 독자들은 댓글을 통해서 기사에 대한 자신의 의견을 전달하기도 하며 다른 독자들이 기사에 대해 어떤 생각을 갖고 있는지를 판단한다(Joe, 2007). 또한, 댓글을 통해 기사에서 얻지 못한 또 다른 정보를 얻기도 하며 기사의 한 부분으로 통합하여 인식한다(Kim & Sun, 2006; Kim, 2003). 이은주와 장윤재(Lee & Jang, 2009)의 연구 결과에 따르면 댓글에 노출된 집단은 댓글에 노출되지 않은 집단보다 기사를 부정적으로 평가하며, 기사가 수용자의 의견에 미치는 영향력은 댓글보다 상대적으로 작다고 평가했다. 또한, 사람들은 댓글을 통해 여론을 판단하는 경향이 존재한다는 것이 보고되었다(Han, 2003). 실제로 온라인 뉴스 사용자들이 댓글을 이용해 다른 사람들의 의견을 추정하며(Lee, 2010), 이를 통해 인터넷 공간 뿐 아니라 현실의 여론까지 추론한다는 것이 보고되었다(Lee & Jang, 2009).

이러한 댓글은 PR 활동에서도 중요시 된다. PR 활동의 중요한 역할은 "조직 내/외부의 인식, 여론, 태도, 행동 등의 모니터링", "정책, 과정, 의사 결정이 이해관계자 및 공중에 미치는 영향 분석", "조직 내/외부의 인식, 여론, 태도, 행동을 변화시키기" 등으로 구분될 수 있다(Cutlip, Center, & Broom, 2006 , Lee & Sung, 2007, 10쪽, 재인용). 온라인 기사에 대한 댓글이 이러한 세 가지 활동의 매개체가 될 수 있다는 점에서 댓글의 역할이 점점 중요시되고 있다. 전통적으로 조직의 입장에서는 퍼블리시티가 이 같은 활동의 매개체 역할을 했으나, 점차 전통적인 뉴스 매체의 영향력이 감소하고 온라인 뉴스가 이를 대체함에 따라 댓글의 역할 증가는 불가피하다고 볼 수 있다.

댓글이 실무적으로나 학문적으로 점차 강조되고 있는 현시점에서 댓글에 대한 연구들이 활발하게 진행되었다. 그러나 기존의 댓글에 관한 연구는 댓글에만 초점을 맞추어 진행된 연구가 대부분이었다(Kim & Rhee, 2006; Kim, 2009; Lee & Sung, 2007). 즉, 신문 메시지의 특성과 댓글의 연관성에 대해 살펴본 연구는 거의 진행되지 않았다. 따라서, 본 연구는 신문 메시지 특성과 댓글의 연관

www.kci.go.kr

성에 대해 알아보고자 한다.

기사의 속성

권순희(Kwon, 2003)는 신문 기사가 사건, 사고를 기술하는 특성은 댓글의 반응과 무관하지 않다고 하였으며, 이재신 외(Lee et al., 2010) 연구에 따르면, 기사 장르와 기사의 프레이밍은 이성 · 감성 댓글과 욕설 · 비욕설 댓글의 비율에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이러한 선행 연구를 바탕으로 기사의 속성과 댓글이 연관성이 있다는 것에 주목하여, 몇 가지 중요한 기사의 속성을 먼저 파악하는 것이 중요하다고 판단하였다. 이러한 기사의 속성 중 뉴스 프레임, 정보원, 그리고 연구의 초점이 되는 기사가 다루는 주제의 속성(하위 주제)을 아래에서 논의하고자 한다.

뉴스 프레임

많은 언론학자들이 주장했듯이 언론은 사회 현실을 그대로 반영해서 전달하는 것이 아니라 현실을 재구성하여 전달한다(Choi & Ban, 2006; Entman, 1993). 언론에 의해 재구성된 사회 현실은 수용자의 인식이나 태도에 중요한 영향을 미치며(Rhee, 2001), 나아가 여론 형성에도 중요한 역할을 하기 때문에(Choi & Ban, 2006) 언론의 현실구성을 알아보는 것은 매우 중요하다.

언론이 현실구성을 하는 대표적인 방법으로 프레임을 꼽을 수 있는데(Kim & Kim, 2013), 프레임에 대한 정의는 매스커뮤니케이션 과정의 측면에서 제시되고 있다. 기틀린(Gitlin, 1980)은 "현실에 대한 인식, 해석, 제시, 선택, 강조, 배제 등의 수단을 지속적으로 패턴화하여 언어 또는 영상 담론을 조직화 한 것"이라고 정의하였고(Lee & Kim, 2012, 39쪽, 재인용), 갬슨과 모딜리아니(Gamson & Modigliani, 1989)는 "내적 구조를 가진 미디어 패키지로서 특정 이슈에 의미를 부여하는 해석적 패키지"라고 정의했다. 엔트만(Entman, 1993, 52쪽, 재인용)은 "지각된 현실의 여러 측면 가운데 특정 부분을 선택하여 문제 규정, 원인 규명, 도덕적 평가, 대응 방안 제안 등을 촉진하는 방식으로 커뮤니케이션 텍스트 속에서 두드러지게 만드는 것"이라 정의했다. 이러한 정의들을 살펴보면 프레임에서 중요한 요인은 지각된 현실, 현저성, 현실의 재구성으로 정리할 수 있다.

프레임이 중요한 이유는 프레임을 통해 구성한 사회적 현실과 의미가 수용자들의 현실 인식에 영향을 줄 수 있다는 점에 있다. 사람은 "인지적 절약가(cognitive miser)"로서, 모든 정보를 종합해서 이성적 논리 과정을 통해 냉정하고 객관적인 판단을 하기 보다는 대략적으로 정보를 보고 적은 인지적 노력으로 판단을 내리려고 한다. 이때 사람들에게 영향력을 행사하는 것이 프레임이다(Lee & Kim, 2012). 즉, 프레임은 판단 과정에서 현실을 이해하고 판단할 때 작용하는 안내자 역할을 하는 것이다. 많은 학자들이 주장 했듯이 언론은 사회 현실을 그대로 반영해서 전달하는 것이 아니라 보도할 기사를 선택하고 삭제하며 현실을 재구성하여 전달한다(Choi & Ban, 2006; Entman, 1993). 언론에 의해 재구성된 사회 현실은 수용자의 인식이나 태도에 중요한 영향을 미치며(Rhee, 2001), 나아가 여론 형성에도 중요한 역할을 하기 때문에

www.kci.go.kr

(Choi & Ban, 2006), 언론의 현실구성을 알아보는 것은 매우 중요하다. 프레임은 뉴스 내러티브에 미묘한 뉘앙스를 제공함으로써 수용자가 인식하지 못한 상태에서, 이들이 어떠한 이슈나 사건을 이해, 해석, 그리고 평가하는 데 영향을 미칠 수 있다(Lee & Kim, 2012; Nelson & Kinder, 1996; Scheufele, 2000). 또한, 어떤 사건에 대한 공중의 태도를 형성하고 변화시키는 데도 중요한 역할을 하므로, 특정 조직의 이해에 도움을 주거나 반대로 부정적인 영향을 미치는 결과를 초래하기도 한다(Ryan, Carragee, & Meinhofer, 2001).

이러한 이유로 국내에서도 프레임을 이용한 내용분석 연구가 많이 이루어졌다. 원전 수거물 관리시설 유치 쟁점에 대한 프레임을 분석하거나(Lee & Lee, 2005), 스포츠 영웅을 어떻게 프레임하는지 분석하거나(Yoon & Lee, 2005), 에이즈 뉴스의 프레임을 분석하는 등(Jung, 2008), 다양한 이슈에 대한 언론보도의 프레임이 분석되었다. 하지만 이러한 연구들은 언론보도만을 분석하였을 뿐 온라인 환경에서 뉴스와 함께 제공되는 댓글은 함께 분석하지 않았다. 이에 본 연구는 뉴스의 프레임과 그에 따른 댓글을 함께 분석하고자 한다.

아이엔거(Iyengar, 1991)는 미디어 보도가 일화적 프레임(episodic frame)과 주제적 프레임(thematic frame)으로 구분되어 보도된다고 주장하였다. 일화적 프레임은 특정 사건이나 이슈와 관련하여 개인과 집단의 행위나 문제점, 혹은 그 결과 등을 중심으로 구성되는 프레임을 뜻하는 것이며, 주제적 프레임은 사건이나 이슈의 구조적 측면에 대한 원인과 배경들을 적절하게 제공하는 프레임을 의미한다. 미디어는 현실을 규정하는 역할을 하며 각 미디어는 동일한 사건이나 이슈에 대해서도 뉴스 구성방식이나 관점에 따라 서로 다른 프레임을 사용하게 된다(Kim, 2006). 미디어가 제시한 뉴스 프레임에 의해 수용자들은 이슈나 사건에 대해 다른 의미를 부여하며 결과적으로 실제와 다른 사회적 현실을 구성하게 되는 것이다(Kim & Chae, 2008).

그로스(Gross, 2008)에 따르면, 흥미로운 요소와 구체적인 사례를 제시하는 일화적 프레임은 독자들이 기사를 더욱 생생하게 받아들임으로써 주제적 프레임 보다 수용자들의 분노, 두려움 등의 정서를 더욱 강하게 유발한다. 또한, 기사의 프레임과 댓글 반응을 분석한 이재신 외(Lee et al., 2010)의 연구에 따르면, 일화적 프레임 기사는 감성 댓글이 많이 나타났고, 주제적 프레임 기사에는 이성 댓글이 많이 나타났다. 이에 본 연구 가설은 아래와 같다.

가설 1: 일화적 프레임 기사는 주제적 프레임 기사보다 감성 댓글의 빈도가 더 높을 것이다.

또한, 아이엔거는 일화적 프레임과 주제적 프레임이 미디어를 사용하는 수용자의 반응에 영향을 미친다고 주장했다. 예를 들어, 일화적 프레임은 그 기사를 읽은 공중이 이슈의 원인과 책임을 개인으로 돌리도록 하는 한편, 주제적 프레임은 공중이 이슈의 원인과 책임을 사회로 돌리도록 한다는 것이다(Iyengar, 1991). 즉, 언론보도가 어떤 프레임을 사용하느냐에 따라 다루어진 주제에 대한 공중의 생각과 느낌, 의견 등에 영향을 미친다는 것이다

www.kci.go.kr

(Hove, Paek, Isaacson, & Cole, 2013; Nathanson, 1999; Price, Tewksbury, & Powers, 1997). 이러한 이론적 논의와 경험적 연구를 본 연구의 금연정책 기사 맥락에 적용해 본다면, 일화적 혹은 주제적 프레임을 사용한 기사에 공중은 다른 반응을 할 수 있으며, 그러한 반응이 댓글로 표현되었을 가능성이 있다. 그리고 이러한 반응에는 보도된 금연 정책에 대한 지지 혹은 반대를 포함할 수 있다. 댓글에 정책을 지지하는 정도가 어느 정도 나타나는지를 파악하는 것은 매우 중요한 연구 문제이다. 왜냐하면, 금연정책에 대한 전반적인 여론을 형성하거나, 사회적 분위기를 조성하는 데 일조하여, 향후 금연정책을 수립하거나 이행할 때 영향을 미칠 가능성이 있기 때문이다. 따라서 본 연구는 프레임에 따라 공중이 댓글을 통해 정책지지를 어느 정도 나타내는지를 알아보고자 한다.

연구 문제 1: 일화적 프레임 기사와 주제적 프레임 기사에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?

세멧코와 밸켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)는 뉴스에서 발견된 프레임 연구를 통해 뉴스 프레임의 유형을 갈등, 인간적 흥미, 경제적 중요성, 도덕성, 책임 등 5가지로 분류했다. 갈등 프레임은 사람들의 주목을 끌기 위한 수단으로 개인, 집단, 조직 간의 충돌을 강조한다. 인간적 흥미 프레임은 뉴스를 개인적, 감정적인 측면에서 드라마틱하게 보도한다. 경제적 중요성 프레임은 모든 사건이나 이슈가 개인, 그룹, 조직, 지역, 국가 등에 경제적으로 미칠 영향의 측면에서 사건과 이슈를 보도한다. 도덕성 프레임은 종교적, 윤리적인 관점에서 이슈에 접근한다. 책임 프레임은 사건의 원인이나 책임, 해결을 정부나 개인, 그룹에 귀속시키는 방식으로 뉴스를 보도한다. 김춘식과 이영화(Kim & Lee, 2008), 오대영(Oh, 2011), 우형진(Woo, 2006), 한균태와 송기인(Han & Song, 2005) 등의 연구들은 세멧코와 밸켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)가 제시한 프레임의 유형을 토대로 내용 분석하였다. 하지만 기존의 연구들은 기사들이 어떠한 프레임을 사용하고 있는 가에만 치중하고 있었으며, 그에 따른 반응 또한 일관적으로 보고되고 있지 않았으므로 본 연구는 다음과 같은 연구 문제를 제시하였다.

연구 문제 2: 뉴스 프레임의 유형(갈등, 인간적 흥미, 경제적 중요성, 도덕성, 책임)에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?

정보원

정보원은 '기자들이 관찰하거나 인터뷰하는 주체들, 배경 정보나 이야기 단초를 제공하는 사람들'(Gans, 2004, 80쪽, 재인용), '실명이나 익명, 코멘트, 문장 방식으로 정보나 의견을 주는 개인'(Sumpter & Braddock, 2002), '메시지의 창출자'(Infante, Rancer, & Womack, 2003, 5쪽, 재인용) 등으로 정의된다.

정보원은 뉴스의 의미를 구성하는 핵심 프레이밍 도구다(Bennett et al., 2004; Lester, 1992; Mitra, 2004). 미디어는 정보원의 선택과 배치를

www.kci.go.kr

중심으로 뉴스를 구성해 특정 입장을 지지하거나 반박한다. 미디어는 자신의 보도 시각에 타당성을 부여하기 위해 신뢰도가 높은 정보원을 사용하려고 하고, 그런 정보원일수록 미디어의 보도에 자주 등장하게 된다(Lee & Koh, 2009). 미디어의 프레이밍에 등장하는 주요 정보원은 현실적으로 그 사회의 주요 입장을 반영하고, 그 프레이밍을 만드는 데 중요한 역할을 하게 된다. 미디어도 보도내용 가운데 특정 사건, 인물, 장소 등에 더 긴 시간을 할애하거나 두드러지게 전달함으로써 더 많은 주의를 받게 만든다(Shoemaker & Reese, 1996).

도라키아와 스턴달(Dholakia & Sternthal, 1977)에 의하면 같은 메시지를 같은 미디어를 통해 전달하더라도 정보원에 따라 설득 효과의 차이가 나타난다고 한다. 다시 말해, 정보원 신뢰성(Andreoli & Worchel, 1978), 매력(Horai, Naccari, & Fatoullash, 1974), 유사성(Brewer, 1979), 보상 및 처벌 능력(McGuire, 1969), 전문성(Hovland, Janis, & Kelley, 1953) 등에 의해 설득 효과의 차이가 나타나는 것이다. 특히, 설득 효과에 미치는 중요한 변인으로 정보원의 공신력에 대한 관심은 꾸준히 이어져 왔다(김재휘 · 안정태, 2003). 정보원의 공신력은 전문성(expertness)과 신뢰성(trustworthiness)의 두 가지 하위 차원을 포함하는 것으로(Kim & Ahn, 2003), 공신력을 구성하는 차원에는 전문성과 신뢰성 외에도 정보원의 지위, 매력 등이 포함된다(Anderson, 1971; Ohanian, 1991). 하지만 공신력의 주요 차원이 전문성과 신뢰성이라는 데는 이견이 없다(Kim & Ahn, 2003). 호블랜드 외(Hovland et al, 1953)의 정보원 신뢰성 모델에 의하면, 메시지의 설득 효과는 정보원의 전문성과 신뢰성에 많은 영향을 받는다. 전문성은 정보원이 해당 주제에 대해 얼마나 객관적인 지식을 가지고 있으며, 그러한 객관적인 지식을 바탕으로 해당 주제나 이슈에 대해 얼마나 정확한 판단을 내리고 올바른 해답을 제시할 수 있는가에 대한 수용자의 지각 정도를 뜻하며(Birnbaum & Stegner, 1979), 정보전달자의 교육수준, 대상에 대한 지식 차원으로 평가된다. 신뢰성은 해당 주제에 대해 정보원이 자신의 태도와 의견 등을 진실하게 전달하고 있는 가에 대한 수용자의 지각 정도를 뜻한다(McCracken, 1989). 이러한 전문성과 신뢰성은 메시지의 설득 효과를 설명하는 데 필수적인 요소라고 주장되어 왔지만(Chun & Sung, 2011), 오하니안(Ohanian, 1991)에 의하면 신뢰성보다 전문성이 메시지의 설득 효과에 강력한 효과를 미친다고 주장했다. 따라서 본 연구에서는 정보원의 전문성에 초점을 두고자 한다.

호머와 케일(Homer & Kahle, 1990)은 메시지에 나타난 정보원의 전문성, 정보원의 제시순서와 수용자의 관여도가 미치는 메시지의 설득효과를 살펴본 결과 정보원의 전문성만이 주변 경로가 아닌 중심 경로로 처리된다는 연구 결과가 나타났다. 또한, 크라노(Crano, 1970)에 의하면 높은 전문성을 지닌 정보원에 노출된 집단이 낮은 전문성을 지닌 정보원에 노출된 집단보다 정보원의 주장에 더 많이 동의한다는 사실을 알 수 있었다. 국내 연구 결과를 살펴보아도 정보원의 전문성이 높을수록 사람들은 뉴스를 더욱 신뢰하거나 따른다고 밝혀졌다(Kim 1998). 또한, 조수영(Joe, 2011)의 연

www.kci.go.kr

구에서는 같은 정보라도 전문적인 정보원이 제공하는 정보에 대해 더 신뢰하고 만족하며 제시된 행동을 따르는 의도 또한 높게 나타났다. 정성은(Chung, 2012)의 연구 역시, 정보원의 공신력이 높을수록 태도변화에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 전문적인 정보원일수록 수용자들은 더욱 신뢰를 하게 되며, 이에 따라 금연정책에 대한 지지가 높게 나타날 수 있다. 하지만 기사에 나타난 전문적인 정보원에 따라 댓글의 태도가 달라 질 것이라고 가설을 제시하기에는 기사와 댓글을 함께 분석한 충분한 이론적 및 경험적 선행 연구가 부족하므로 본 연구에서는 아래와 같은 연구문제를 제시하고자 한다.

연구 문제 3: 전문적 정보원이 제시된 기사와 비전문적 정보원이 제시된 기사에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?

하위 주제

가넴(Ghanem, 1997)은 프레임의 속성으로서 하위 주제, 프레이밍 메커니즘, 정서적 속성, 인지적 속성을 제시하였다(Oh 2011; Hwang & Lee, 2010; Carragee & Roefs, 2004; Golan, Kiousis, & McDaniel, 2007). 여기서 하위 주제는 중점적으로 다루고 있는 기사의 주제를 의미하는데, 본 연구에서는 금연정책 관련 기사에서 다루어지고 있는 세부 금연정책에 대해 '하위 주제'라고 명명하고자 한다.

국내에서 금연정책은 본격적으로 1995년 국민건강증진법 제정과 국민건강증진기금 조성을 시작으로 시행되었다. 2005년에는 WHO 담배규제기본협약(FCTC; Framework Convention on Tobacco Control)을 비준함에 따라 국제적으로 표준화된 금연정책에 동참하고 있다. 금연정책은 크게 가격 규제 정책과 비가격 규제 정책으로 분류되는데 가격 규제 정책으로는 담배세 인상 등이 있고, 비가격 규제 정책으로는 금연구역 확대, 담배회사의 마케팅 규제, 흡연 경고문구의 표시 강화 등이 있다.

현 정부는 금연 정책의 일환으로 담뱃값 인상을 추진하려 했지만 흡연자들의 반발과 물가상승의 부담감 등을 이유로 추진이 어려워지면서 금연 구역 확대와 흡연 경고문구의 표시 강화와 같은 비가격 정책을 추진하고 있다. 담뱃값 인상의 경우 흡연자들이 집단적으로 반대 시위를 벌이는 등 흡연자들의 반발이 극심했던 반면에(he Financial News, 2013. 04. 19), 금연 구역 확대와 경고 문구 표시 강화의 경우에는 집단행동이 일어나지 않았다. 다시 말해, 세부 금연 정책에 따라 공중들의 반응이 상이했다. 따라서 기사에 대한 독자의 반응이라고 할 수 있는 댓글의 경우, 뉴스의 하위 주제에 따라 공중들의 정책지지가 달라질 것이라고 예측할 수 있다. 하지만 가설로 제시할 충분한 이론적 및 경험적 선행 연구가 부족하므로 본 연구에서는 아래와 같은 연구문제를 제시하고자 한다.

연구 문제 4: 기사의 하위 주제에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?

www.kci.go.kr

방법론

이슈 선정

흡연은 모든 암과 사망의 30%, 폐암의 90%, 허혈성 심질환과 뇌중풍 질환의 30%, 50세 이전 심근경색증의 80%, 만성 폐질환의 70% 영향을 준다고 보고되었다(통계청, 1998). 이렇듯 흡연은 건강에 매우 위험한 요인이며, 흡연에 대한 관심이 요구된다.

세계적으로도 직·간접흡연에 대한 우려가 증가함에 따라 세계건강기구는 1998년 7월부터 '담배 없는 세상 운동'을 시작하면서 전 지구상에서 흡연에 대한 세계적인 관심과 조치들을 촉구하기 시작했다(Kim & Kim, 2009). 이러한 세계적인 금연운동과 더불어 한국에서도 금연에 대한 관심이 고조되기 시작하였으며, 정부도 적극적인 금연정책을 실시하기에 이르렀다(News town, 2013. 05. 31). 최근에는 담배가격 인상이 국회에서 논의되기도 하였으며, 금연구역 정책이 시행됨에 따라 사회 곳곳에서 논란이 일어나는 등 국민들의 금연정책에 대한 관심도 고조되고 있다(Digital times, 2013. 06. 10). 따라서 본 연구는 '금연정책'을 이슈로 선정하였다.

분석 대상 및 자료 수집 절차

본 연구는 금연 정책과 관련된 온라인 뉴스 기사와 댓글의 내용을 분석하였다. 금연구역 정책의 단계적 시행이 시작된 2012년 12월 8일부터 2013년 9월 30일까지 보도된 금연정책 관련 기사와 그에 달린 댓글을 분석하였다. 온라인 뉴스 이용자의 87.2%가 포털 사이트를 통해 뉴스를 소비하고 있으며, 포털 사이트를 통해 온라인 뉴스를 이용한다고 응답한 사람 중 대부분이 네이버(81.9%)와 다음(32.6%)을 이용하는 것으로 나타났다(DMC report, 2013). 따라서 본 연구는 포털 사이트인 네이버와 다음에 게재된 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한겨레신문, 경향신문 등 5개 주요 일간지에 실린 금연 정책 관련 기사 중 댓글이 20개 이상인 기사와 그에 달린 댓글을 분석하였다. 조선일보, 중알일보, 동아일보, 한겨레신문, 경향신문 등 5개 일간지는 선행연구에서 5개의 일간지를 주요 분석 대상으로 선정한 것에 따른 것이다(Ha & Lee, 2012). 또한, 본 연구는 보수언론과 진보언론 간 기사의 프레임과 차이가 있다(Kim, 2008; Lee, Park, & Lee, 2007; Lawrence, 2004)는 점과 독자의 성향이 차이가 있다(Jeon, 2010)는 두 가지 가능성을 배제할 수 없으므로 보편적인 보수언론의 예로 조선일보, 중앙일보, 동아일보를 선정하였고, 진보언론의 예로 한겨레신문과 경향신문을 선정하였다(Kim & Cho, 2005; Hwang & Lee, 2010). 검색 키워드로서는 '금연', '흡연', '담배', '담뱃값', '금연정책'을 이용하였으며, 앞서 설명하였듯이 검색된 기사 중 금연정책 기사와 관련되며 댓글이 20개 이상인 기사들을 수집하였다.

검색된 기사의 수는 5,568개(네이버: 2,716개, 다음: 2,852)였다. 그중 금연정책과 관련 있으며 댓글이 20개 이상인 기사 47개를 추출하였으며, 추출된 기사에 달린 댓글은 총 9,174개였다(최소: 22개, 최대: 824개). 47개의 기사에 달린 댓글들의 중앙값은 71이었기 때문에 기사의 댓글이 71개 이하인 기사의 댓글은 모두 분석하였으며, 댓글이 71개

www.kci.go.kr

를 넘는 기사들은 그 기사의 댓글을 나열한 후 무작위로 추출방법을 이용하여 한 기사당 71개의 댓글을 추출하였다. 이를 통해 총 2,724개의 댓글을 추출하였다. 따라서 47개의 기사와 2,724개의 댓글이 최종 분석에 사용되었다.

분석 단위와 분석 유목

분석 단위는 개별 기사와 댓글이다. 기사 하나를 분석단위로 하는 것은 뉴스 프레임을 분석한 선행연구들에서 흔히 볼 수 있다(Hove et al., 2013; Oh et al., 2012). 코더들은 기사를 하나씩 읽고 코딩한 후, 댓글을 하나씩 읽으며 코딩하였다. 분석 유목은 다음과 같다.

기사의 분석 유목

① 전문적인 정보원

정보원은 뉴스에서 인용되는 인물이나 단체로서 뉴스를 실제로 구성하고, 특정한 목소리를 담아낸다(Bennett et al., 2004; Mitra, 2004). 기자들이 어떤 정보원을 합법적인 정보원으로 이용하느냐가 뉴스의 의미구성에서 결정적 영향을 미치며(Schudson, 1999), 프레임 도구의 하나로 볼 수 있다. 본 연구는 선행연구의 정의를 바탕으로 '기자들이 사건에 대한 정보나 의견을 얻기 위해 인터뷰나 인용의 대상이 되는 인물이나 단체'라고 조작적 정의하였다. 또한, 정보원의 전문성에 따라 수용자의 반응이 다르게 나타나므로 본 연구는 뉴스에서 전문적인 정보원과 비전문적인 정보원이 어떻게 나타나는지를 살펴보고자 한다.

맥크레이큰(McCracken, 1989)은 정보원의 전문성을 "정보원이 타당한 주장을 할 수 있는 지식이나 능력을 갖추고 있다고 수용자에 의해서 지각되는 정도"로 정의하였다(Kim & Ahn, 2003, 105쪽, 재인용). 다시 말해, 전문성은 정보원이 해당 주제에 대해 얼마나 깊은 지식을 가졌는지에 대해 지각하는 정도다. 이를 바탕으로 본 연구는 전문적인 정보원을 '금연정책에 대해 타당한 주장을 할 수 있는 객관적인 지식과 능력이 있는 정보원'으로 조작적 정의하였다.

전문적 정보원의 코딩은 다음과 진행되었다. 먼저, 정의철(Jung, 2008)의 연구와 조수영 · 김정민(Cho & Kim, 2010)의 연구의 정보원 분류를 참고하여, 시험 코딩(pilot coding)을 통해 수정 및 보완과정을 거쳐 정보원을 '의료계/학계 및 연구기관/일반기업/정부기관/정치계/비영리단체/일반인/네티즌/개인 사업자'로 분류하였다. 이 분류를 바탕으로 1차 코딩을 진행했다. 시험 코딩 과정 중 한 기사에서 한 개 이상의 정보원이 등장하는 기사가 발견되어서 정보원 항목은 중복코딩을 하였다. 다음으로, '전문적인 정보원'과 '비전문적인 정보원'으로 분류하기 위해 재코딩을 시행하였다. 앞서 언급했듯이, 전문적인 정보원은 객관적 지식과 능력이 있는 정보원이므로, 객관적인 지식이 많은 '의료계', '학계 및 연구기관' 그리고 정책을 입안하고 수행하는 '정부기관', '정치계'를 전문적인 정보원으로 분류하였으며, 그 외에 다른 정보원인 '일반기업', '비영리단체', '일반인', '네티즌', '개인 사업자'를 '비전문적인 정보원'으로 분류하였다.

www.kci.go.kr

② 하위 주제

기사에서 다루어지고 있는 세부 금연 정책에 대해 알아보기 위한 것으로, 세계 보건기구(WHO)의 담배규제기본협약(FCTC; Framework Convention on Tobacco Control)의 금연 정책 분류를 참고로, '금연구역/담배가격/담뱃갑 포장/그 외 금연정책'으로 분류하였다. 구체적으로 금연구역으로 분류한 기사의 예시는 아래와 같다.

> 서울 영등포구에서 PC방을 운영하는 이모(39)씨는 최근 보건복지부에 '당구장을 금연구역으로 지정해 달라'는 민원을 냈다. 국민건강증진법 개정안(금연법)에 따라 전국의 모든 PC방은 지난 8일부터 금연구역이 됐다.

다음으로 담배가격으로 분류한 기사다.

> 정부와 여당이 담뱃값 인상을 추진키로 했다. 흡연율 낮추기가 주목적이지만 박근혜 정부의 복지재원 마련이란 부차적 효과도 노린 것이라는 말이 나오고 있다.

담배 포장 관련 기사의 예시는 아래와 같다.

> 정부와 여당이 담뱃값 인상을 추진키로 했다. 흡연율 낮추기가 주목적이지만 박근혜 정부의 복지재원 마련이란 부차적 효과도 노린 것이라는 말이 나오고 있다.

이 외에 다른 금연정책과 관련된 기사는 '그 외 금연정책'으로 분류하였다.

③ 아이엔거(Iyengar, 1991)의 프레임

아이엔거(Iyengar, 1991)는 프레임을 일화적 프레임과 주제적 프레임만으로 분류하였다. 황성욱·이병혜(Hwang & Lee, 2010)는 저출산 관련 기사의 내용 분석을 진행하면서 실제 기사들은 한 가지 프레임만 제시되기보다는 일화적 프레임과 주제적 프레임 모두 사용되는 경우가 있다고 주장하며 혼용된 프레임도 함께 분류하였다. 이렇게 본 연구도 이를 바탕으로 아이엔거(Iyengar, 1991)의 프레임을 '일화적 프레임, 주제적 프레임, 일화+주제 프레임'을 포함하여 3가지로 분류하였다. 개인화, 극화의 특성을 지니며 사회적 문제를 개별화된 개인의 문제로 보도하거나, 극적인 요소와 갈등을 부각시킴으로써 문제의 원인보다는 결과에 더 초점을 맞춘 것으로, 이슈에 대한 묘사가 주를 이루는 기사는 '일화적 프레임 기사'로 분류하였으며, 일반적이고 심층적이며 거시적인 특성을 지니며 구체적인 사례보다는 전반적 상황제시를 통해 이슈를 드러내고 배경이나 해설, 전후 맥락을 함께 다뤄 이슈를 총체적으로 보도하는 것으로 사회구조적 맥락에서 이슈를 바라보는 기사는 '주제적 프레임 기사'로 분류하였다. 또한, 일화적 프레임과 주제적 프레임이 혼용되어 있는 기사는 '일화+주제 프레임 기사'로 분류하였다.

④ 세멧코와 발켄버그의 프레임

세멧코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)가 제시한 '갈등/인간적 흥미/경제적 중요성/도덕

www.kci.go.kr

성/책임 프레임'을 코딩하였다. 시험 코딩 과정을 통해 뉴스에서 한 가지 프레임만이 사용되지 않고, 여러 프레임이 혼용되어 사용되고 있음을 확인하였다. 따라서 세멧코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)의 프레임은 중복코딩을 실시하도록 하였다.

수용자의 관심을 끌기 위한 수단으로 개인과 집단 그리고 조직 간의 갈등을 강조하는 프레임을 사용하고 이슈와 관련하여 첨예하게 대립하고 있는 양쪽 집단을 조명하거나, 경마경기처럼 중계 보도한 기사는 '갈등 프레임'으로 분류하였으며, 이슈와 직접 관계가 있거나 영향을 받는 개인이나 집단을 기술하는데 중점을 두는 프레임을 사용하며 분노, 공감, 동정심 같은 감정을 유발하는 감성적 측면의 흥미위주로 묘사되거나 개인이나 집단의 사적인 일화적 스토리를 보도한 기사는 '인간적 흥미 프레임'으로 분류하였다. 또한, 이익 및 손실과 같은 현실적인 이해관계의 차원에서 정책을 묘사하는 프레임을 사용하며, 금연정책을 실행했을 때 발생할 경제적 효과나 손실, 혹은 법안이 현 상태로 유지되었을 때 이익이나 손실을 강조하는 기사는 '경제적 중요성 프레임'으로 분류하였다. 사건이나 쟁점 혹은 문제를 보편적 가치를 강조하는 도덕적 규범의 맥락 차원에서 정의하는 프레임을 사용하고 어떤 도덕적인 메시지를 제시하거나 해결책을 제시하기도 하며, 금연정책의 내용과 처리과정 및 발생한 행위를 민주주의, 법치주의, 국회나 언론의 역할 등 보편적 가치에 따라 정의하는 기사는 '도덕 프레임'으로 분류하였다. 문제의 원인이나 책임을 규명하고자 하는 프레임을 사용하고, 금연정책을 가져온 여러 가지 논란이나 정치적 갈등을 야기한 원인과 해결책을 제공한 책임이 대통령과 정부, 국회의장과 여야정당 등 입법부, 혹은 특정 언론사나 조직에 있다는 방식으로 보도된 기사의 경우 '책임 프레임'으로 분류하였다.

댓글의 분석 유목

① 이성 · 감성 댓글

본 연구는 이성 · 감성 댓글은 '이성 댓글/감성 댓글/해당사항 없음'으로 분류하였다. '이성 댓글'을 '침착한 어조로 개인의 의견을 표현한 댓글'로 조작적 정의하였으며, '감성 댓글'은 '직접적으로 감정이 제시되거나 격한 어조가 나타난 댓글'로 조작적 정의하였다. 이재신 외(Lee et al., 2010)와 박창호(Park, 2013) 연구를 바탕으로 아래와 같이 댓글의 기준을 적용하였다.

- 이성적 댓글의 기준
  - 개인의 의견 표명
  - 해당 기사나 사건에 대한 궁금증 제시
  - 앞으로의 행동에 대해 지시하는 내용
  - 대안 제시
  - 해당 기사나 다른 의견의 오류 지적
  - 침착한 어조
  - 욕설을 사용하지 않음
  - 맹목적 주장이 아닌 차근한 어조
  - 사건의 이해에 필요한 정보 제공

- 감성적 댓글의 기준
  - 직접적인 감정 표현 및 단어 사용(기쁨, 안도, 흥분, 분노, 좌절 등)

www.kci.go.kr

- 맹목적인 주장
- 인신 공격적 표현
- 욕설 사용
- 특별한 의견제시 없이 의성어, 의태어 사용
- 격한 어조

• 해당사항 없음 댓글의 기준
- 이성과 감성으로 분류 될 수 없는 댓글
- 광고성 댓글
- 괴담성 악플

② 정책지지

정책지지는 정책에 대한 호의적 또는 긍정적 태도나 행동으로 정의된다(Ajzen, 1991, 180쪽/Park, 2008, 97쪽, 재인용). 본 연구에서는 정책지지 댓글을 '금연정책에 대하여 공중의 호의적 태도나 평가가 제시된 의견'으로 조작적 정의하였다.

시험 코딩 과정을 통해 댓글에서는 정책지지뿐만 아니라 정책에 대한 반대가 나타남을 확인하였다. 곽정래와 이준웅(Kwak & Rhee, 2009)의 연구를 바탕으로 정책지지 항목을 '정책지지/정책 반대'로 분류하고 각 항목을 정의하였다. 금연정책에 대한 찬성, 고무, 호의적 태도 등이 나타난 댓글은 '정책지지 댓글'로 분류하였으며, 금연정책에 대한 반대, 비난, 비호의적 태도 등이 나타난 댓글의 경우 '정책반대 댓글'로 분류하였다. 정책에 대한 태도가 나타나지 않거나 중립적인 태도를 취하는 댓글은 '해당사항 없음'으로 분류하였다.

분석 과정

두 명의 대학원생이 코더로 참여하여 사회과학 분야 내용분석의 표준 절차에 따라 독립적으로 신문기사와 댓글을 분석하였다(Wimmer & Dominick, 2005). 분석과정은 다음 같은 순서로 시행되었다. 코딩의 실시에 앞서 각 항목에 대한 개념의 충분한 이해를 돕기 위해 코더 훈련을 한 후, 본 코딩에는 포함되지 않는 30개의 신문 기사와 150개의 댓글을 이용하여 시험 코딩을 시행하였다. 또한, 시험 코딩을 통해 코드 북을 수정하고 보완하였으며, 이후 본 코딩을 시행하고 코더 간 신뢰도를 구하였다.

분석대상인 47개의 신문기사를 두 명의 코더가 동시에 100%를 분석하였고, 전체 기사를 코딩한 데이터를 통해 신문기사의 코딩에 대한 코더 간 신뢰도를 구했다. 댓글 코딩에 대한 코더 간 신뢰도를 구하기 위해 한 명의 코더는 전체댓글(N＝2,724)을 모두 분석하였고, 한 명의 코더는 전체 댓글 중 무작위로 선정된 댓글의 50%(N＝1,362)를 분석하였다. 코더 간 신뢰도를 구하기 위해 분석되어야

Table 1 Intercoder Reliability

Coding categories		Cohen's Kappa
News articles	Sources	.84
	News sub-topics	1.0
	Episodic and thematic frames	.84
	Types of news frames	.86
Comments	Rational/emotional comments	.86
	Comments about support for/ opposition to antismoking policy	.94
Average		.89

www.kci.go.kr

하는 총 분석대상의 10%(Wimmer & Dominick, 2005) 이상인 중복되는 댓글 50%를 통하여 댓글의 코더 간 신뢰도를 구하였다. 코더 간 신뢰도는 코헨 카파 계수(Conhen's Kappa)를 활용하여 분석하였다. 본 연구는 코헨 카파 프로그램을 제공하는 웹사이트(http://vassarstats.net/kappa.html)에서 신뢰도를 산출하였다. 랜디스와 코흐(Landis & Koch, 1977)는 카파 계수가 .80 이상일 경우 정확도는 "매우 정확한 수준"이라고 지적하였다. 본 연구의 코더 간 신뢰도는 .89로 분석되어 매우 만족할 만한 수준이었다. 세부항목에 대한 코더 간 신뢰도는 〈Table 1〉과 같다.

Table 2 The Number of News Articles

Newspaper	Online portal site		Total(%)
	NAVER	DAUM	
Chosun Daily News	8	7	15(31.9%)
Joongang Daily News	5	1	6(12.8%)
Dong-A Daily News	6	6	12(25.5%)
Hankyeoreh Daily News	6	3	9(19.1)
Kyunghyang Daily News	3	2	5(10.6%)
Total(%)	28(59.6%)	19(40.4%)	47(100%)

연구 결과

기초조사 분석

기사

본격적인 연구문제 분석결과에 들어가기에 앞서, 기초조사 분석을 실시하였다. 최종 분석에 사용된 총 47개의 기사 중 포털 사이트 네이버에 게재된 기사의 수는 28건(59.6%)이었고, 다음에 게재된 기사의 수는 19건(40.4%)으로 네이버의 기사가 더 많았다. 또한, 조선일보의 기사가 15건(31.9%)으로 가장 많았으며, 동아일보 12건(25.5%), 한겨레신문 9건(19.1%), 중앙일보 6건(12.8%), 경향신문 5건(10.6%) 순으로 나타났다(〈Table 2〉 참조).

구체적으로, 기사에서 뉴스 프레임의 빈도는 어떻게 나타나는지 살펴보았다. 아이엔거(Iyengar)의 프레임에 따른 기사의 빈도를 살펴보면, 일화적 프레임 기사의 수는 21건(44.7%)이었고, 주제적 프레임의 기사의 수는 22건(46.8%), 일화적 프레임과 주제적 프레임을 혼용하여 사용한 기사의 수는 4건(8.5%)으로 분석되었다. 다음으로 세멧코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg)의 프레임을 사용한 기사의 빈도를 살펴본 결과, 갈등 프레임 기사가 30건(21.3%)으로 가장 많았으며 도덕 프레임 기사가 6건(4.3%)으로 가장 적은 것으로 분석되었다.

기사에서 나타나는 정보원의 빈도는 어떻게 나타나는지 살펴보았다. 앞서 방법론에서 설명했듯이 전문적인 정보원에는 '의료계', '연구기관', '정부기관', '정치계'가 포함되었고, 비전문적인 정보원에는 '일반기업', '비영리단체', '소비자/일반인', '네티즌', '개인 사업자'가 포함되었다. 기사에 나타난 정보원의 빈도를 살펴보면, 전문적인 정보원의 빈도(48개, 34.0%)가 비전문적인 정보원의 빈도(64

www.kci.go.kr

개, 45.4%)보다 적은 것으로 분석되었다.

마지막으로, 하위주제에 따른 기사의 빈도를 살펴본 결과, 기사의 하위주제가 금연구역인 기사는 33건(70.2%)로 나타났고, 담배가격인 기사는 13건(27.7 %), 담뱃갑은 1건(2.1%)으로 나타났다.

댓글

최종분석에 사용된 2,724개의 댓글 중 네이버에서 수집된 댓글의 수는 1,653개(60.7%)이었고, 다음에서 수집된 댓글의 수는 1,071개(39.3%) 로 나타났다. 신문사별로 알아보면 조선일보에서 수집된 댓글의 수(863, 31.7%)가 가장 많았으며, 중앙일보에서 수집된 댓글의 수(323, 11.9%)로 가장 적었다(〈Table 3〉 참조).

구체적으로 감성 · 이성 댓글의 빈도 분석해 본 결과, 감성과 이성으로 분류할 수 없는 댓글인 해당사항 없음 댓글이 1,100개(40.4%)로 가장 많았으며, 감성 댓글이(905개, 33.2%) 이성 댓글보다(719개, 26.4%) 더 많은 것으로 나타났다.

또한 정책지지와 정책반대 댓글의 빈도를 살펴본 결과, 해당사항 없음 댓글(1,406개, 51.95%)이 가장 많았으며, 정책지지 댓글이(382개, 14.0%) 정책반대 댓글보다(930개, 34.1%) 적은 것으로 나타났다.

Table 3 The Number of Comments

Newspaper	Online portal site		Total(%)
	NAVER	DAUM	
Chosun Daily News	476	387	863(31.7%)
Joongang Daily News	270	53	323(11.9%)
Dong-A Daily News	371	325	696(25.6%)
Hankyeoreh Daily News	323	164	487(17.9%)
Kyunghyang Daily News	213	142	355(13.0%)
Total(%)	1653(60.7%)	1071(39.3%)	2724(100%)

〈가설 1〉의 분석 결과

일화적 프레임 기사는 주제적 프레임 기사보다 감성 댓글의 빈도가 더 높을 것이라는 〈가설 1〉을 분석하기 위해 카이자승 검증(chi-squared test)을 실시하였다. 〈가설 1〉은 아이엔거 프레임 기사에 따른 감성 댓글 빈도의 차이를 알아보기 위한 것이므로 이성 · 감성과 관련되지 않은 댓글 항목인 '해당사항 없음' 항목에 해당되는 댓글 1,100개는 분석에 포함하지 않았다. 또한, 일화적 프레임과 주제적 프레임이 혼용되어 사용된 기사의 수는 4건으로 분석에 포함시키기에는 작은 값이라 판단되어 분석에 포함하지 않았으며, 4건의 혼용된 프레임 기사에 달린 댓글 118개 또한 분석에 포함되지 않았다. 분석 방법은 아이엔거 프레임 2(일화적, 주제적)×댓글 2(이성 댓글, 감성 댓글) 으로 진행하였다. 분석 결과, 아이엔거 프레임에 따른 이성/감성 댓글 간에는 빈도의 차이가 있는 것으로 밝혀졌다(Chi-square (1) = 32.79, $p < .001$). 주제적 프레임 기사에서 감성 댓글의 빈도가(63.5%) 일화적 프레임 기사(48.8%)보다 높게 나타났다(〈Table 4〉 참조). 따라서 〈가설 1〉은 지지되지 않았다.

www.kci.go.kr

Table 4 Episodic/Thematic Frames by Rational/ Emotional Comments

	Rational comments (N=663)	Emotional comments (N=843)
	n(%)	n(%)
Episodic frame	395(51.2%)	377(48.8%)
Thematic frame	268(36.5%)	466(63.5%)
$x^2(df)$	32.79(1)***	
Fisher's exact test	<.001	

***p < .001, **p < .01, *p < .05

〈연구 문제 1〉의 분석 결과

'일화적 프레임 기사와 주제적 프레임 기사에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?'라는 〈연구 문제 1〉을 분석하기 위해 카이자승 검증(chi-squared test)을 실시하였다. 〈연구 문제 1〉은 아이엔거 프레임 기사에서 정책지지 댓글 빈도의 차이를 알아보기 위한 것이므로 정책지지와 관련되지 않은 '해당사항 없음' 댓글인 1,406개는 분석에 포함하지 않았다. 또한, 일화적 프레임과 주제적 프레임이 혼용되어 사용된 기사의 수는 4건으로 분석에 포함시키기엔 작은 값이라 판단되어 분석에 포함하지 않았으며, 혼용된 프레임 기사에 달린 118개의 댓글 또한 분석에 포함되지 않았다. 분석 방법은 아이엔거 프레임 2(일화적, 주제적)×정책지지 댓글 2(정책지지, 정책반대)로 진행하였다. 검증결과, 아이엔거 프레임과 정책지지 댓글 간에는 빈도의 차이가 있는 것으로 밝혀졌다(Chi-square (1)=13.30, p<.001). 주제적 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도가(33.5%) 일화적 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(23.8%)보다 높았다. 반면에, 주제적 프레임 정책반대 댓글의 빈도는(66.5%) 일화적 프레임 정책반대 댓글의 빈도(76.2%)보다 낮았다(〈Table 5〉 참조).

Table 5 Episodic/Thematic Frames by Comments about Support for/Opposition to Antismoking Policy

	Comments about support for antismoking policy(N=353)	Comments about opposition to antismoking policy(N=847)
	n(%)	n(%)
Episodic frame	121(23.8%)	387(76.2%)
Thematic frame	232(33.5%)	460(66.5%)
$x^2(df)$	13.30(1)***	
Fisher's exact test	<.000	

***p < .001, **p < .01, *p < .05

〈연구 문제 2〉의 분석 결과

세멧코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)의 프레임 유목은 중복코딩으로 진행했으므로 카이자승 분석이 불가능하다. 따라서 다중응답분석(multiple response analysis)에서 교차분석을 실시하였다. 〈연구 문제 2〉는 세멧코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)의 프레임 기사에서 정책지지 댓글 빈도의 차이를 알아보기 위한 것이므로 정책지지와 관련되지 않은 댓글인 '해당사항 없음' 1,406개의 댓글을 분석에 포함하지 않았다. 분석 결과, 갈등 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도는 31.2%로 다른 프레임 기사보다 높게 나타났으며, 정책반대 댓글의 빈도는 68.8%로 다른 프레임의 기사보다 낮게 나타났다. 반면에,

www.kci.go.kr

Table 6 Types of News Frames by Comments about Support for/Opposition to Antismoking Policy

	Comments about support for antismoking policy (N=382, 29.1%)	Comments about opposition to antismoking policy (N=930, 70.9 %)
	n(%)	n(%)
Conflict frame	285(31.2%)	629(68.8%)
Human interest frame	172(28.1%)	441(71.9%)
Political importance frame	138(26.2%)	389(73.8%)
Morality frame	31(16.0%)	163(84.0%)
Responsibility frame	51(23.9%)	162(76.1%)
Others	469(31.8%)	1006(68.2%)

* multiple responses coded

도덕 프레임에서 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 16.0%로 가장 낮게 나타났으며, 정책반대 댓글의 빈도는 84.0%로 가장 높게 나타났다(〈Table 6〉 참조).

〈연구 문제 3〉의 분석 결과

'전문적 정보원이 제시된 기사와 비전문적 정보원이 제시된 기사에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?' 라는 〈연구 문제 3〉을 분석하기 위해 교차분석을 실시하였다. '정보원' 유목은 중복코딩으로 진행했으므로 카이자승 분석이 불가능하다. 따라서 다중응답분석(multiple response analysis)에서 교차분석을 실시하였다. 먼저, 전문적인 정보원과 비전문적인 정보원으로 분류하여 그에 따른 정책지지 댓글의 빈도를 분석하였다. 방법론에서 설명했듯이 의료계, 연구기관, 정부기관, 정치계를 전문적 정보원으로 분류하였으며, 일반기업, 비영리 단체, 일반인, 네티즌, 개인 사업자를 비전문 정보원으로 분류하였다. 정책지지와 관련되지 않은 댓글인 '해당사항 없음' 항목은 분석에 포함시키지 않았으며, 분석 결과, 전문적 정보원이 제시된 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(36.0%)가 비전문적 정보원이 제시된 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(25.2%)보다 높게 나타났다. 반면에, 전문적 정보원이 제시된 기사에서 정책반대 댓글의 빈도(64.0%)가 비전문적 정보원이 제시된 기사에서는 정책반대 댓글의 빈도(74.8%)보다 낮게 나타났다(〈Table 7〉 참조). 즉, 전문적인 정보원이 제시된 기사에서 비전문적 정보원이 제시된 기사보다 정책지지 댓글이 많이 나타나는 것으로 분석되었다.

Table 7 Expert/Non-expert Source by Comments about Support for/Opposition to Antismoking Policy

	Comments about support for antismoking policy N(%)	**Comments about opposition to antismoking policy N(%)**
Expert source	421(36.0%)	747(64.0%)
Non-expert source	459(25.2%)	1361(74.8%)

* multiple responses coded

구체적으로 기사에서 어떤 정보원이 제시될 때 정책지지 댓글의 빈도와 정책반대 댓글의 빈도를 알아보기 위해, 각 정보원이 제시된 기사와 정책지지 댓글의 교차분석을 실시하였다. 기타 정보원 항

www.kci.go.kr

Table 8 Source by Comments about Support for/ Opposition to Antismoking Policy

	Comments about support for antismoking policy N(%)	Comments about opposition to antismoking policy N(%)
Medical	46(34.8%)	86(65.2%)
Research institute	45(28.7%)	112(71.3)
Company	69(38.3%)	111(61.7%)
Government	209(31.1%)	462(68.9%)
Politicians	173(40.6%)	253(59.4%)
NGO	103(27.8%)	267(72.2%)
Lay people	132(24.9)	398(75.1%)
Netizen	29(23.6%)	94(76.4%)
Individual business	72(18.6%)	315(81.4%)
Others	2(16.7%)	10(83.3%)

* multiple responses coded

목을 제외하고, 정책지지 댓글의 빈도가 높은 정보원을 살펴보니 정치계 정보원이 제시된 기사에서 정책지지 댓글의 빈도는 40.6%로서 가장 높게 나타났다. 반면, 정치계 정보원이 제시된 기사에서 정책 반대 댓글의 빈도는 59.4%로 가장 낮게 나타났다. 다음으로 정책반대 댓글의 빈도가 높은 정보원을 살펴보니 개인 사업자 정보원이 제시된 기사에서 정책반대 댓글의 빈도가 81.4%로 가장 높았으며, 개인 사업자 정보원이 제시된 기사에서 정책지지 댓글의 빈도는 18.6%로 가장 낮게 나타났다(〈Table 8〉 참조).

〈연구 문제 4〉의 분석 결과

'기사의 하위 주제에 따라 정책지지가 나타난 댓글의 빈도는 어떻게 달라지는가?' 라는 〈연구 문제 4〉을 분석하기 위해 카이자승 검증(chi-squared test)을 실시하였다. 〈연구 문제 4〉는 하위 주제에 따라 정책지지 댓글 빈도의 차이를 알아보기 위한 것이므로 정책지지와 관련되지 않은 댓글 항목인 '해당사항 없음' 항목을 분석에 포함하지 않았다. 또한 기사의 하위 주제 유목은 금연 구역, 담배 가격, 담뱃갑 포장(경고문구 등)으로 분류하였지만 기사의 하위 주제가 담뱃갑 포장인 기사는 1건(2.1%)으로 그에 따른 댓글의 빈도를 알아보기 위해서는 너무 작은 값이라 판단되어 분석에서 제외되었으며, 담뱃갑 포장에 달린 댓글 37개 또한 분석에 포함시키지 않았다. 따라서 분석방법은 하위주제 2(금연구역: 담배 가격)×정책지지 댓글 2(정책지지: 정책반대) 으로 진행하였다. 분석결과, 금연 구역 관련 기사에서 정책지지 댓글의 빈도(30.2%)가 담

Table 9 News Sub-topics by Comments about Support for/Opposition to Antismoking Policy

	Comments about support for antismoking policy (N=377)	Comments about opposition to antismoking policy (N=904)
	n(%)	n(%)
Nonsmoking zones	237(30.2%)	547(69.8%)
Price of cigarettes	140(28.2%)	357(71.8%)
$x^2(df)$	.66(1)	
Fisher's exact test	.451	

www.kci.go.kr

배 가격 관련 기사보다 정책지지 댓글의 빈도(28.2%)보다 높게 나타났으며, 금연 구역 관련 기사의 정책반대 댓글의 빈도(69.8%)가 담배 가격 관련 기사의 정책 반대 댓글의 빈도(71.8%)로 낮게 나타났다. 하지만 카이자승 검증 결과, 기사의 하위 주제와 정책지지 댓글 간에는 빈도의 차이가 없는 것으로 밝혀졌다(〈Table 9〉 참조). 이는 금연정책의 종류에 관계없이 금연정책에 대해 반대하는 것으로 해석된다.

논의

결론

본 연구는 댓글이 기사에 대한 수용자들의 반응이라는 측면에 주목하여 금연 정책 관련 인터넷 뉴스의 속성과 댓글 유형의 관계를 살펴보았다. 또한, 이 연구를 통해 기사의 어떠한 속성이 정책지지 댓글을 형성하는지에 대해서 분석해보고자 하였다.

연구 결과, 최종 분석대상으로 선정된 댓글 2,724개 중 감성 댓글이(905개, 33.2%) 이성 댓글보다(719개, 26.4%) 더 많은 것으로 나타났으며, 이는 선행 연구의 결과와 같았다(Joe, 2007; Lee et al., 2010). 또한, 금연정책은 국민과 합의하여 도출된 정책이 아니므로 사람들이 그와 같이 느끼며, 사람들은 강제당한다고 느끼면 반발하고 싶어지는 메커니즘이 나타난다(Akira, 2005). 이러한 이유로 금연정책 시행이 보도되는 기사를 통해 반발심과 같은 감정이 유발되어 감정적인 댓글이 많이 나타나고 있다고 해석된다. 또한, 정책지지 댓글(382개, 14.0%)이 정책반대 댓글(930개, 34.1%)보다 훨씬 적게 나타난 이유로도 반발 메커니즘이 작용한 것으로 해석된다. 물론, 본 연구의 결과만으로 주된 원인을 단정적으로 설명하기는 어렵지만 여러 가지 요인이 복합적으로 작용하여 감성 댓글과 정책반대 댓글이 많이 발견되는 것으로 볼 수 있을 것이다.

다음으로 본 연구는 주제적 프레임 기사보다 일화적 프레임 기사에서 감성 댓글의 빈도가 더 높을 것으로 예측하였지만, 분석 결과에서는 일화적 프레임 기사(48.8%)보다 주제적 프레임 기사(63.5%)에서 감성 댓글의 빈도가 더 높게 나타났다. 여기서 감성은 긍정적 감성과 부정적 감성을 모두 포함하는 것인데, 추가적인 분석을 통해 주제적 · 일화적 프레임 기사에서 긍정적 · 부정적 감성 댓글이 어떠한 빈도로 나타났는지 알아보았다. 검증결과, 일화적 · 주제적 프레임 기사에서 긍정적 · 부정적 댓글의 빈도 간에는 차이가 있는 것으로 나타났다(Chi-square (1) = 20.88, $p < .001$). 부정적 감성 댓글의 빈도는 주제적 프레임 기사(59.7%)보다 일화적 프레임 기사(74.6%)에서 높게 나타났으며, 긍정적 감성 댓글의 빈도는 일화적 프레임 기사(25.4%)보다 주제적 프레임 기사(40.3%)에서 높게 나타났다. 즉, 본 연구에서 긍정적 · 부정적 감성을 모두 포함하는 감성 댓글이 주제적 프레임 기사에서 더 많이 나타난 것으로 분석되었지만, 부정적인 감성 댓글만 따로 보았을 때에는 일화적 프레임 기사에서 많이 나타났다. 이는 선행 연구결과와 연결되는 것으로 그로스(Gross, 2008)의 연구결과에서도 일화적 프레임은 긍정적 · 부정적

www.kci.go.kr

감성 모두를 유발하기보다는 분노와 같은 부정적 감성을 유발하는 것으로 나타났으며, 허석재와 민영(Hur & Min, 2010)도 일화적 프레임이 부정적 감성을 유발한다고 하였다. 선행 연구와 마찬가지로 본 연구에서도 일화적 프레임 기사가 댓글 작성자의 부정적 감성을 더 많이 유발하여, 주제적 프레임 기사보다 일화적 프레임 기사에서 부정적 감성 댓글이 많이 나타난 것으로 여겨진다.

또한, 주제적 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도는 33.5%로 일화적 프레임 기사에 정책지지 댓글의 빈도인 23.8%보다 높게 나타났다. 반면에, 일화적 프레임 기사에서 정책반대 댓글의 빈도는 76.2%로 주제적 프레임 기사에서 정책반대 댓글의 빈도인 66.5%보다 높게 나타났다. 다시 말해, 주제적 프레임 기사가 일화적 프레임 기사보다 정책지지 댓글의 빈도는 높게 나타남과 동시에 정책반대 댓글의 빈도는 낮게 나타나는 것이다. 이는 추가적으로 분석한 주제적 프레임 기사에서 긍정적 정서 댓글의 빈도가 일화적 프레임 기사에서 긍정적 정서 댓글의 빈도보다 높게 나타난 결과와 연결되는 것으로 주제적 프레임이 긍정적인 감성을 불러일으키고, 이러한 긍정적 감성이 정책지지에도 영향을 준 것으로 해석된다.

하지만 감성은 어떠한 이슈와 사회 문제가 특정한 가치와 결합할 때 다르게 나타나기도 한다(Brewer, 2001). 금연 정책의 경우 경제적인 가치와 건강의 가치, 기본권의 가치를 강조하는 기사가 보도되기도 하므로 이러한 가치와 금연 정책이라는 이슈가 결합하여 정서가 나타날 수도 있다. 본 연구는 댓글이라는 짧은 글만으로 이성과 감성을 구별하였기 때문에 이러한 결과가 프레임에 의한 효과인지 특정 가치와 상호작용한 결과인지는 분석할 수 없었다. 따라서 향후 연구를 통해 프레임의 효과인지 가치와 이슈의 결합에 의한 효과인지를 알아볼 필요가 있다.

본 연구는 세멘코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)의 프레임 유형(갈등, 인간흥미, 경제적 중요성, 도덕, 책임)에 따른 정책지지 댓글의 빈도를 살펴보았다. 분석 결과, 갈등 프레임 기사에서 정책지지 댓글의 빈도가 가장 높게 나타났으며, 정책반대 댓글의 빈도가 가장 낮게 나타났다. 갈등 프레임이란, 개인과 집단 그리고 조직 간의 갈등을 강조하는 프레임으로서 갈등 프레임 기사는 이슈와 관련하여 대립하고 있는 양쪽 집단의 의견이나 행동을 보도하는 기사를 말한다. 구체적으로, 갈등 프레임 기사의 예는 아래와 같다.

> 대다수 흡연자들은 합리적인 담뱃값 인상 논의에 흡연자의 의견이 우선적으로 반영돼야 한다는 입장을 나타냈다. 또 담뱃값 인상이 현실화 된다면 500원이 가장 적당하다는 반응을 보였다.
> 국내 최대의 흡연자 커뮤니티 아이러브스모킹은 지난 9월 16일 한국갤럽이 발표한 '담뱃값 2천 원 인상 과반수 찬성' 관련 전화인터뷰 조사를 반박하며, 회원들을 대상으로 실시한 설문조사에서 "설문참여자의 95%(727명)가 갤럽의 발표에 동의할 수 없다고 답했다"고 8일 밝혔다.

위의 예시처럼 갈등 프레임 기사는 두 가지 이상의 다른 시각을 참고하기 있기 때문에, 사람들은 갈

www.kci.go.kr

등 프레임 기사가 객관적인 기사라고 생각할 수 있다. 이처럼 수용자들이 객관적인 기사라고 인지한다면, 그 기사는 수용자에게 정책에 대한 태도를 형성하기 위한 객관적인 정보가 된다. 객관적인 정보는 주관적인 정보보다 수용자에게 더 진실하게 지각되어 태도에 긍정적인 영향을 미치므로(Ryu, 2001; Edell & Staelin, 1983), 갈등 프레임 기사에 대한 정책지지 댓글의 빈도가 비교적 높게 나온 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 전문적인 정보원이 제시된 기사가 비전문적 정보원이 제시된 기사보다 정책지지 댓글이 많이 달리는 것으로 나타났다. 하지만 이러한 결과는 다중응답분석의 한계상 정책지지의 차이의 유의미함을 검증하기는 어려웠으므로 향후 연구를 통해 전문적 정보원과 정책지지간의 정확한 관계를 알아보아야 할 것이다.

구체적으로 어떠한 정보원의 정책지지 댓글의 빈도가 가장 높은지에 대해 알아본 결과, 정치계 정보원이 제시된 기사에서 정책지지 댓글의 빈도가 40.6%로 가장 높게 나타났다. 정부와 국회가 주체가 되어 정책을 입안하며 수행하므로 정부와 국회에 대한 태도가 정책지지에 영향을 미치게 된다. 금현섭과 백승주(Kum & Baek2010)는 정부신뢰도가 높은 공중의 경우 자신이 받아들이기 어려운 정책에 대해서도 지지하는 것으로 나타날 만큼 정부신뢰도는 정책지지에 영향을 준다고 하였다. 따라서 정책을 수행하는 국회의원을 포함한 정치계 정보원에 대한 신뢰가 정책지지 의견을 끌어낸 것으로 해석된다. 하지만 댓글로는 기사에서 제시된 정보원에 대한 신뢰도를 판단하는 데 무리가 있기 때문에 향후 연구에서 정책 관련 댓글 게시자의 성향, 정보원에 대한 신뢰도, 인식 등을 연구하여 어떤 변인이 정보원과 정책지지를 연결해 주는지에 대한 정확한 검증이 필요하다.

다섯째, 기사의 하위 주제(금연 구역, 담배 가격) 관련 기사와 정책지지 댓글(정책지지, 정책 반대) 간에는 빈도의 차이가 없는 것으로 나타났다. 전체적으로 정책지지 댓글의 빈도가 낮았던 것을 감안하면, 사람들이 정책의 종류와 관계없이 전반적으로 금연정책을 반대하는 댓글을 많이 남기는 것으로 해석된다. 이는 정부의 금연정책 자체가 공중의 지지를 많이 받지 못하고 있는 것일 수도 있지만, 쉽고 빠르게 기사에 반응할 수 있는 댓글의 성격상 반대 의견을 더 많이 피력할 수 있기 때문이기도 할 것이다.

이제까지 기사와 댓글을 함께 분석하여 기사의 속성과 정책지지 댓글의 연관성을 파악하면서 금연정책에 대한 여론의 동향은 어떠한지 살펴보았다. 프레임과 정보원의 유형에 따라 정책 지지의 빈도가 달라지기도 하였지만, 전체적으로 정책지지 댓글의 빈도는 매우 낮았다(정책지지 댓글: 14.0%, 정책반대 댓글: 34.1%). 댓글을 읽는 사람들은 댓글이 현재의 여론이라고 인식하므로(Lee & Sung, 2007) 댓글에 정책지지 의견이 많이 나타난다면 정책지지가 현재의 여론이라고 인식하고, 정책에 대한 본인의 태도를 형성하는데 유용한 정보로 사용할 가능성이 있다. 나은영(Na, 1995)의 연구 결과에 따르면 여론정보에 노출된 사람들은 여론정보가 지지하는 쪽으로 태도변화를 일으키는 것으로 나타났다. 즉, 온라인 뉴스의 여론정보 역할을

www.kci.go.kr

하는 댓글에서 정책에 대한 부정적인 의견이 많이 나타난다면, 댓글을 읽는 사람들도 정책에 대한 부정적인 태도를 형성할 수 있음을 함의한다. 따라서 정책실무자와 PR실무자들에게 있어 온라인의 여론을 파악하고, 여론에 대한 이해를 바탕으로 공중과의 원활하고 효과적인 소통을 위해 댓글을 사용하는 것은 매우 중요한 일이라 하겠다. 그러한 의미에서 본 연구는 댓글이 온라인상에서 정부의 다양한 정책에 대한 하나의 중요한 의사표현일 수 있음을 보여주었다는 점에서 중요하다고 할 수 있다.

연구의 한계점 및 제언

이러한 연구의 중요성에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점이 존재한다.

첫째, 분석 대상이 되는 기사를 5대 일간지에 실린 뉴스만을 선정했다는 것이다. 본 연구는 포털 사이트에서 보수언론과 진보언론 간의 프레임과 독자의 차이를 배제할 수 없으므로 프레임과 독자의 성향을 한쪽으로 편향된 표본을 선정하지 않도록 하기 위한 현실적인 선택이었다고 판단되지만, 다양한 온라인 뉴스를 표본으로 선정한다면 더욱 의미 있는 연구가 될 것이라 기대되므로 향후 연구가 요구된다. 또한, 혹자는 신문의 보수/진보성과 금연정책 지지와의 연관성을 의문시 할 수 있겠다. 그러나 사후 분석(post-hoc analysis)을 통해 진보신문(한겨레, 경향)과 보수신문(조선, 동아, 중앙)사이에 정책 지지/반대의 빈도차이를 시행한 결과는 유의미하지 않았다(Chi-square (1) = 3.01, p = .08).

본 연구는 '금연', '흡연', '담배', '담배 가격', '금연정책'을 키워드를 사용하여 검색되는 기사를 수집하고 그 중 5대 일간지와 댓글 20개 이상인 기사를 분석대상으로 선정하였지만, 이러한 과정에서 어뷰징 기사 즉, 포털 사이트에서 언론사가 클릭수를 높이기 위해 같은 제목의 기사를 반복적으로 송출한 기사가 따로 표시되지 않으므로 어뷰징 기사를 걸러내지 못하였다. 따라서 향후 연구에서는 어뷰징 기사를 걸러내어 연구를 진행할 것을 제언한다.

둘째, 네이버와 다음 포털 사이트를 통해 표본을 추출했다는 점이다. 온라인 뉴스 이용자 중 대부분이 네이버와 다음을 통해 온라인 뉴스를 접하고 있지만 〈조선 닷컴〉과 〈한겨레 닷컴〉과 같이 신문사에서 운영하는 사이트에서 나타나는 댓글은 포털 사이트에서 나타나는 댓글과 다른 양상이 나타날 수 있으므로 향후 연구에서는 포털 사이트와 신문사 사이트의 댓글을 함께 분석해서 비교한다면 더욱 훌륭한 연구가 될 것으로 생각한다.

셋째, 본 연구는 댓글의 내용을 분석하였기 때문에 정부 신뢰도, 이슈 관여도 등 공중의 직접적인 반응이나 태도 등 금연정책에 영향을 미치는 외생변인에 대한 측정이 불가하였다. 정책지지와 정부신뢰도는 매우 밀접한 관련이 있으며(Oh, Cheon, & Kim, 2013), 이슈 관여도에 따라 수용자의 태도는 다르다. 따라서 본 연구에서는 측정하지 못한 변인들을 향후 실험과 서베이 연구를 통해 측정한다면 공중의 정책지지에 미치는 영향요인에 대해 더 분명히 밝힐 수 있을 것이다.

넷째, 댓글의 기능 측면인 댓글의 댓글, 댓글의 공감 및 비공감을 고려하지 못했다는 점이다. 현재 댓글을 읽는 사람들은 읽는 데 그치지 않고 공감 및 비공감을 표현할 수 있다. 이를 통해 댓글을 읽는

www.kci.go.kr

사람들도 자신의 의견을 표현하기도 한다. 따라서 과거 소수의 적극적인 사람들만이 댓글을 게재하던 때와 달리 더 많은 사람들이 댓글의 기능적인 측면을 통해 여론 형성을 돕고 있다. 이러한 기능은 댓글이 갖는 매개적 파장을 좀 더 이성적이고 객관적으로 중화시킬 수 있는 기제이며, 댓글을 읽는 사람들로 하여금 객관적인 시각을 공유할 수 있도록 해준다(Park, 2013). 향후 연구에서는 이러한 댓글의 기능을 함께 고려하여 분석할 필요가 있다고 제언한다.

과거 댓글 게시자는 소수 집단으로 여겨졌던 것과 달리 현재에는 온라인 뉴스 이용자의 45.6%가 댓글을 달고 있으며(NIDA, 2006), 댓글은 특정 집단이 아닌 비교적 다양한 사람들의 인식을 조사할 수 있는 공간(Kim & Sun, 2006; Kweon & Kim, 2008)이기 때문에 정책 실무자는 물론 홍보 실무자들도 댓글을 통해 여론을 파악하고, 여론을 이해함으로써 공중과의 원활한 소통에 힘쓰는 것은 매우 중요할 것이다.

References

www.kci.go.kr

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2),* 179～211.

Akira, Tago. (2005). *Strongest persuasion skill.* Seoul: KyungSeong line.

Anderson, J. G. (1971). Rocket measurement of OH in the mesosphere. *Journal of Geophysical Research, 76(31)*, 7820～7824.

Andreoli, V., & Worchel, S. (1978). *Effects of media, communicator, and message position on attitude change.* Public Opinion Quarterly, *42(1)*, 59～70.

Bennett, W. L., Pickard, V. W., Iozzi, D. P., Schroeder, C. L., Lagos, T., & Caswell, E. (2004). Managing the public sphere: Journalistic construction of the great globalization debate. *Journal of Communication, 54,* 437～455.

Birnbaum, M. H., & Stegner, S. E. (1979). Source credibility in social judgment: Bias, expertise, and the judge's point of view. *Journal of Personality and Social Psychology, 37(1),* 48～74

Brewer, M. B. (1979). In-group bias in the minimal intergroup situation: *A cognitive-motivational analysis. Psychological Bulletin, 86(2)*, 307.

Brewer, P. R. (2001). Value words and lizard brains: *Do citizens deliberate about appeals to their core values?. Political Psychology, 22,* 45～64.

Carragee, K. M., & Roefs, W. (2004). The neglect of power in recent framing research. *Journal of Communication, 54(2),* 214～233.

Case, D. O., Johnson, J. D., Andrews, J. E., Allard, S. L., & Kelly, K. M. (2004). From two-step flow to the Internet: The changing array of sources for genetics information seeking. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 55(8)*, 660～669.

Cha, Y.-R. (2013). *Strategic use of SNS in PR for improving trust in government policy The Journal of the Korea Contents Association, 13(5)*, 103～116.

Cho, S. Y. (2011). *Predicting women's cervical cancer prevention behaviors extending Health Belief Model. Advertising Research, 91*, 348～377.

Cho, S. Y., & Kim, J. M. (2010). *Network TV news coverage of mental illness. Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 54(5)*, 181～204.

Choi, H.-J. (2004). Study on information processing of internet news. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, *48(1)*, 5～27.

Choi, W.-S., & Ban, H. (2006). The study of agenda-setting effect model on the public opinion and behavior: Coverage of bubble real estate prices and government policies. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 50(1),* 406～435.

Choi, Y. T., & Kim, S. H. (2013). A study on corporate public relations activities utilizing social networking service(SNS) in Korea focusing on SNS & corporate characteristics. *Public Relations Research, 17(3),* 37～76.

Chun, J. H., & Sung, M. J. (2011). The effect of crisis communication strategy, information source, and message type on public's crisis communication evaluation. *Advertising Research, 91*, 378～414.

Crano, W. D. (1970). Effects of sex, response order, and expertise in conformity: A dispositional approach. *American Sociological Association*, *33(3)*, 239～252.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations (9th ed.).* Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall

Dholakia, R. R., & Sternthal, B. (1977). Highly credible sources: *Persuasive facilitators or persuasive liabilities? Journal of Consumer Research, 3(4)*, 223～232.

DMC report (2013). *Online news contents consumption.* Seoul: DMC MEDIA.

Edell, J. A., & Staelin, R. (1983). The information processing of pictures in print advertisements. *Journal of Consumer Research, 10(1)*, 45～61.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, *43,*

www.kci.go.kr

51～58.

Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology, 95(3),* 1～37.

Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news.* Evanton. IL: Northeastern University Press.

Ghanem, S.(1997). Filling in the tapestry: The second level agenda setting. In M. E. McCombs, D. L. Shaw, & D. H. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory(pp, 3 ～14).* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Gitlin, T. (1980). The whole world is watching: *Mess media in the making and unmaking of the new life*. LA: University of California Press.

Golan, G. J., Kiousis, S. K., & McDaniel, M. L. (2007). Second-level agenda setting and political advertising: *Investigating the transfer of issue and attribute saliency during the 2004 US presidential election. Journalism Studies, 8(3)*, 432～443.

Gross, K. (2008). Framing persuasive appeals: *Episodic and thematic framing, emotional response, and policy change.* Political Psychology, *29*, 169～192.

Ha, S.-H., & Lee, M.-K. (2012). *A news frame analysis by the South Korean press on the livelihoods of a North Koreans Korean Journal of Communication & Information, 58,* 222～241.

Hahn, K.-T., & Song, G-I. (2005). The framing study on three protracted environmental issues in the korean press, *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, *19*, 288～324.

Han, H.-K. (2003). Internet users' willingness to expression and perception of public opinion: The comparison between real space and cyber space. *Korean Journal of Communication & Information, 23,* 189～222.

Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1990). Source expertise, time of source identification, and involvement in persuasion: An elaborative processing perspective. *Journal of Advertising, 19(1)*, 30～39.

Horai, J., Naccari, N., & Fatoullash, E. (1974). *The effects of expertise and physical attractiveness upon opinion agreement and liking.* Sociometry, *37(4),* 601～606.

Hove, T., Paek, H.-J., Isaacson, T., & Cole, R T. (2013). Newspaper portrayals of child abuse: *Frequency of coverage and frames of the issue.* Mass Communication and Society*, 16,* 89～108.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change.* US: Yale University Press.

Hur, S.-J., & Min, Y (2010). The press coverage of the cyber defamation laws: Framing effects of core values and attributional patterns. *Korean Journal of Communication & Information, 52,* 48～68.

Hwang, S. W., & Lee, B. H. (2010). Framing of low-birth rate issue: comparing the frames of conservative and progressive newspapers. *Korean Journal of Communication Studies*, *18(2)*, 27～58.

Infante, D. A., Rancer, A. S., & Womack, D. F. (2003). *Building communication theory.* Prospect Heights, IL: Waveland.

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible?* Chicago: University of Chicago Press.

Jeon, H. J. (2010). Correlations between media use and perceptions of public disputes. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 54(3)*, 167～184.

Joe, S. S. (2007). A content analysis of reple in On-Line newspaper: A type & disposition. *Korean Journal of Communication Studies, 15(2)*, 65～84.

Jung, E. C. (2008). AIDS news framing analysis: Focusing on critical health journalism perspectives. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 52(4)*, 223～249.

Kang, J.-W., & Kim, S-J. (2012). A study on the effect of comments posted under internet news articles : In consideration of the degree of involvement in

www.kci.go.kr

issues and whether or not opinions are in accord. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 56(2)*, 143～166.

Kim B. S., & Kim, A. R. (2009). *The impacts of smoking bans on smoking in Korea.* Korea Development Institute, *31(2),* 127～153.

Kim, B.-C. (2004). A study on the effects of interactivity on discussion by internet newspaper users. *Journal of Cybercommunication Academic Society, 14,* 147～180.

Kim, C. S., & Lee, Y. H. (2008). An analysis of news frames on "Advance a support system for news coverage" policy of the participatory government. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 52(2),* 303～327.

Kim, C.-H. (2009). Uses and effects of interactive satisfaction in online news replies. *Journal of Communication Science, 9(1)*, 5～44.

Kim, E.-M., & Rhee, J. W. (2006). Rethinking 'Reading' online : *The effects of online communication. Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 50(4),* 65～94.

Kim, E.-M., & Sun, Y-H. (2006). The effect of replies in internet news on the audience. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, *50(4),* 33～64.

Kim, H. J. (1998). Relationship of credibility and message transfer capabilities of TV news anchor. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies, 10,* 139～165.

Kim, H. J. (2006). Ideologies in Korean TV coverage of Hines Ward: A news framing analytic approach. *The Korean Journal of Physicjal Education, 45(4),* 123～137.

Kim, H. M., & Rhee, J. W. (2011). The impacts of frame fusion of news text and comments on news interpretation and attitude. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 55(2)*, 32～55.

Kim, I. H. (2003). *Internet newspapers and online storytelling.* Seoul: communication books.

Kim, J.-A., & Chae, B. (2008). The political attitude of newspapers and the coverage of political scanda. *Korean Journal of Communication & Information, 41*, 232～268.

Kim, J.-H., & Ahn, J.-T. (2003). The effects of endorsers' perceived expertise and viewers' fashion involvement on product placement : The PPL of fashion goods in TV dramas. *The Korean Journal of Advertising, 14(1)*, 95～115.

Kim, K.-N., & Kim, J.-Y. (2005). Analyzing readers' comments in internet newspaper Ohmynews. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies, 19(3),* 7～40.

Kim, S. P., & Kim, H. J. (2013). The impact of message framing and theme type on public campaign advertising focused on elemantary school student. *Public Relations Research, 17(2)*, 5～39.

Kim, S. J. (2008). The korean news coverage of Asia : A case study of Chosun and Hankyoreh. *Journal of Institute for Social Sciences, 19(3)*, 1～20.

Kim, S. J., & Cho, E.-H. (2005). A comparative analysis of news frames of Korean and US news reports on biotechnological Research. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 49(6)*, 109～139.

Kim, S. W. (2013. 04. 19). Internet community ilovesmoking have a signature-seeking campaign for opposition to antismoking policy. The Financial News. Available:http://www.fnnews.com/view?ra=Sent0701m_View&corp=fnnews&arcid=201304190100211940011908&cDateYear=2013&cDateMonth=04&cDateDay=19

Korea National Statistical Office (1998). Social indicators in Korea.

Korean Association oh Newspapers (2011). *Characteristics and usage patterns of online news news reader.* Series

www.kci.go.kr

of Research, *23*.

Kum, H. S., & Baek, S. J. (2010). Ideology, political trust and policy support. *Korean Journal Of Publc Administration*, *48(4)*, 201～228.

Kwak, J. R., & Rhee J. W. (2009). News media framing of the issue of north korea defectors during the Kim Dae-joong and Roh Moo-hyun governments : Comparing conservative and progressive news media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies 53(6)* 196～217.

Kweon, S.-H., & Kim, I.-H. (2008). A study of the relationship between perception and activities in the news replies: Focused on news perception and credibilities. *Korean Journal of Communication & Information*, *42*, 44～78.

Kwon, S. H. (2003). The receiver response through the analysis of reple text in internet news. *Korean Language Education,. 111*, 227～253.

Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). *The measurement of observer agreement for categorical data. Biometrica, 33,* 159～174.

Lawrence, R. G. (2004). Framing obesity the evolution of news discourse on a public health issue. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, *9(3),* 56～75.

Lazarsfeld, P., Berelson, B. & Gaudet, H. (1968). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign.* NY: Columbia University Press.

Lee H.-O., & Lee, B.-K. (2005). A framing analysis of the media news coverage on a radioactive waste disposal site issue in Buan. *Journal of Communication Science, 5(3)*, 516～547.

Lee, B.-J., Park, K.-Y., & Lee, I. H. (2007). What Lakoff and Johnson's metaphoric conceptualization can tell us about news stories on the conflicts around the private school law. *Korean Journal of Communication & Information, 53(3)*, 347～369.

Lee, D. H., & Kim, W. Y. (2012). *How do the frame move the society.* Seoul: Samsung Economic Research Institute.

Lee, D. W. (2013). A comparison of the public officials' and Journalists' perception on media relations in government PR. *Korean Journal of Communication Studies, 21(2)*, 93～111.

Lee, E.-J., & Jang, Y. J. (2009). Effects of others' comments on internet news sites on perceptions of reality: Perceived public opinion, presumed media influence, and self-opinion. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 53(4)*, 50～71.

Lee, G. H., & Koh, H. S. (2009). Korean newspaper's political orientation featuring in US beef imports articles : Analysis of source information valence in five newspapers. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 53(3),* 347～369.

Lee, J. S. (2013). *The effects of news genre and involvement on reading online replies.* Speech&Communication, *20,* 50～88.

Lee, J. S., & Lee, M. Y. (2008). Research on factors affecting the effects of reading replies. *Korean Journal of Communication & Information, 42*, 249～279.

Lee, J. S., & Sung, M. J. (2007). The effects of reading replies on the perception of online news articles: Focusing on the PR perspective. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations, 9(4),* 7～45.

Lee, J. S., Kim, J. E., Ryu, J. M., & Kang, J. H. (2010). The Influence of the Frame and Genre of Portal News Articles on the Type of Online Replies . *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 54(2),* 116～137.

Lee, M. N. (2010). The false consensus effect of internet replies when varying the issue position, message quantity, and prior attitude. *Journal of Cybercommunication Academic Society, 27(3)*, 47～87.

www.kci.go.kr

Lester, E. (1992). The AIDS story and moral panic: How the Euro-African press constructs AIDS. *Howard Journal of Communication, 6,* 1～10.

Lim, J. S. (2006). Mode of address in online news and the variation of journalism. *Communication Theories*, *2(2),* 37～ 73.

McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer research*, *16(3)*, 310～321.

McGuire, W. J. (1969). Theory-oriented research in natural settings: The best of both worlds for social psychology. In M. Sherif & C. Sherif (Eds.), *Interdisciplinary relationships in the social sciences.* Chicago: Aldine.

Mitra, A. (2004). Voices of the marginalized on the Internet: Examples from a Website for women of South Asia. *Journal of Communication, 54,* 492～510.

Morris, M., & Ogan, C. (2002). The Internet as mass medium. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory, 1(4)*, 134～145.

Na, E. Y. (1995). Attitude change by public opinion : A comparison between college students' and general public's social support effects. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology, 9(2)*, 69～83.

Nathanson, C. A. (1999). Social movements as catalysts for policy change: The case of smoking and guns. *Journal of Health Politics, Policy and Law, 24(3)*, 421～488.

Nelson, T. E., & Kinder, D. R. (1996). Issue frames and group-centrism in American public opinion. *The Journal of Politics, 58,* 1055～1078.

NIDA (2006). *Internet user trends in Web 2.0: Participation and sharing.* Seoul: NIDA.

Oh, D. Y. (2011). The frame difference analysis on the news of korean and japanese newspapers regarding the 100th anniversary of Japan's colonization of Korea. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(1), 140～168.

Oh, H. J., Hove, T., Paek, H.-J., Lee, B., Lee, H., & Song, S.K. (2012). Attention cycles and the H1N1 pandemic: A cross-national study of US and Korean newspaper coverage. *Asian Journal of Communication, 22(2)*, 214～232.

Oh, K. S., Cheon, M. J., & Kim, H. K. (2013). Analyzing the effects of policy PR on the policy support, government trust. *The Journal of the Korea Contents Association. 13(7)*, 190～202.

Ohanian, R. (1991). The impact of celebrity spokes persons' perceived image on consumers' intention to purchase. *Journal of Advertising Research, 31(1)*, 46～54.

Park, C. H. (2012). The violence of replies in internet news: Focused on a happening of franchisee restaurant "Chaesundang". *Korean Social Theory, 42* , 93～120.

Park, C. H. (2013). *An analysis on the pros and cons presented in the responses of replies as intermediated interaction of the Internet.* Discourse *201, 16 2*호, 135～164.

Park, J. H. (2008). Government trust and policy support: The case of national electronic ID policy. *Korean Journal of Public Administration, 46(1)*, 93～122.

Park, S. H. (2002). *Understanding and utilization of the Internet media: Internet newspaper, Internet TV, Internet advertising, Internet public relations.* Seoul: communication books.

Park, S. M. (2005). *A study on the co-orientation of providers and users toward features of online news*. Master degree, Ewha Womans University.

Park, S.-H. (2001). Characteristics of on-line newspapers as an alternative communication channel: A content-analysis of the Ohmynews. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 45(2),* 117～155.

Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication*

www.kci.go.kr

Research, 24, 481～506.

Rhee, J.-W. (2001). Impacts of news frames in the coverage of conflicting issues on individual interpretation and opinion. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 46(1)*, 441～482.

Ryan, C., Carragee, K. M., & Meinhofer, W. (2001). Framing, the news media, and collective action. *Journal of Broadcasting & Electronic Media , 45*, 175～182.

Ryu, H. Y. (2001). *The effect of On-line word-of-mouth: Focusing on the valance and objectivity of information. Master´s degree,* Korea Universuty.

Scheufele, D. A. (2000). *Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication.* Mass Communication & Society, *3*, 297～316.

Schudson, M. (1999). *Social origins of press cynicism in portraying politics.* American Behavioral Scientist, *42(6),* 998～1008.

Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M. (2000). Framing european politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication, 50(2),* 93～109.

Shim, S. H. (2013. 05. 31). Seoul rails against cigarettes with no smoking day. news town. Available: http://www.newstown.co.kr/news/articleView.html?idxno=147564

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message.* White Plains, NY: Longman.

Smoking to be banned in PC rooms. (2013. 06. 10). <Digital times>. Avaliable:http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid=1=004&oid=029&aid=0002167937

Song, M. Z. (2002). Theoretical conceptualization of interactivity. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, *46(3)*, 116～152.

Sumpter, R. S., & Braddock, M. A. (2002). Source use in a "news disaster" account: A content analysis of voter news service stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 79(3),* 539～558.

Sung, E. C. (2012). The effect of issue involvement on attitude change via perceived argument quality and perceived source credibility. *Public Relations Research, 16(4),* 213～246.

Williams, F., Rice, R., & Rogers, E. (1988). *Research methods and the new media,* NY: The Free Press.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2005). *Mass media research: An introduction (8th ed.).* Belmont, CA: Wadsworth.

Woo, H.-J. (2006). A frame analysis on the korean political reality described by new format news program : Focusing on YTN Dolbalyongsang. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 50(1),* 192～220.

Yang, H. S. (2008). The effects of the opinion and quality of user postings on internet news readers' attitude toward the news issue. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 52(2),* 254～281.

Yoon, Y.-K., & Lee, I-H. (2005). Reporting sports heros in korean journalism and perception of the audience. *Journal of Communication Science*, *5(3)*, 373～410.

최초 투고일 2014년 03월 07일
논문 심사일 2014년 04월 03일
게재 확정일 2014년 07월 31일
논문 수정일 2014년 08월 21일

www.kci.go.kr

Journal of Public Relations, Vol.18, No.3, Aug, 2014, pp.13~43.
ISSN : 1229-2869-42

사단법인 한국PR학회
Korean Academic Society for Public Relations

A Content Analysis of Online News and Comments about Anti-smoking Policy

Bokyung Jwa

Master Candidate, Department of Advertising and Public Relations at Hanyang University

Hye-Jin Paek

Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations at Hanyang University *

Pillkyo Seo

Master Student, Department of Advertising and Public Relations at Hanyang University

As consumption of online news increases and the public increasingly expresses its opinion through comments, comments play a crucial role in forming online public opinion. The purpose of this study is to examine the extent to which characteristics news stories on antismoking policy varies types of comments. The characteristics of news stories included news frames, source, and news sub-topics. Types of comments included rational/emotional expression and support for/opposition to antismoking policy. The results are the following: (1) thematic frame news had emotional comments(48.8%) more frequently than did episodic frame news(35.5%); (2) thematic frame news had presented comments about antismoking policy support(36.0%) more frequently than did episodic frame news(25.2%); (3) among the types of news frame(conflict, human interest, political importance, morality, and responsibility), conflict frame news had comments about antismoking policy support most frequently(31.2%); (4) news stories presenting expert sources had comments about antismoking policy support(30.2%) more frequently than those presenting non-expert sources did; and (5) there were no statistically significant differences in terms of the frequency of type of news sub-topics by support for/opposition to antismoking policy. Overall, the comments expressing support for antismoking policy were not frequent. The interpretations and implications of the findings are discussed in detail.

KEYWORDS online news, comments, antismoking policy, news frame

* Corresponding Author: Hye-Jin Paek, Department of Advertising and Public Relations at Hanyang University. (Address) 55 Hanyangdaehak-ro, Sangnok-gu, Ansan, Gyeonggi-do Korea, 426-791 (Email) hjpaek@hanyang.ac.kr, (Tel) 82-10-6209-1987

www.kci.go.kr