

‘게임 자율규제’에 대한 언론 보도의 프레임 분석 : 한국게임정책자율기구의 자율규제 시스템과 연계하여

박현아, 이재진
한양대학교 미디어커뮤니케이션학과
maybekis@naver.com, jjlee@hanyang.ac.kr

Frame Analysis of Media Reports on ‘Game Self-Regulation’:
In Connection with the Game Self-Governance Organization of
KOREA(GSOK)

Hyun-Ah Park, Jae-Jin Lee
Dept. of Media & Communication, Hanyang University

요 약

본 연구는 게임 자율규제를 둘러싼 이해관계자들의 의견이 대립하고 있는 현재의 담론 지형에서 미디어의 보도가 자율규제 정책 혹은 미디어 수용자들과 정책 관계자들의 인식에 미치는 영향을 살펴보고 개선점을 찾고자 하는 목적으로 수행되었다.

연구는 강화된 자율규제안이 적용되기 시작한 2018년 7월부터 2020년 6월까지 약 2년여 간 보도된 기사 전량을 대상으로 선정하여 최종 325건의 자료를 연구에 활용하였다. 구체적인 프레임분석을 위해 1·2차 프레임을 귀납적으로 도출하였으며, 보도날짜, 미디어의 성격, 보도주제, 보도유형, 보도논조, 보도프레임, 논거의 기준, 정보원의 형태 등 8가지 항목을 사용하였다.

연구의 결과에서는 보도 전반에서 자율규제라는 주제에 대한 심도 있는 이해, 객관적 자료의 사용, 정보원의 다양성이 부족한 것으로 분석되었고, 비판적 심층보도와 문제해결을 위한 제언의 기능이 강화되어야 할 것으로 보였다.

ABSTRACT

In the current discourse landscape where the opinions of stakeholders on game self-regulation are opposed, this study was conducted for the purpose of finding improvements by examining the effects of media reports on self-regulatory policies or perceptions.

From July 2018 to June 2020, all articles reported for about two years were selected and the final 325 data were used for the study. For detailed frame analysis, the first and second frames were derived inductively.

In the results of the study, it was analyzed that the in-depth understanding of the topic of self-regulation, the use of objective data, and the diversity of information sources were insufficient throughout the report.

Keywords : Self-regulation(자율규제), Frame Analysis(프레임분석), GSOK(한국게임자율정책기구)

Received: May. 10. 2021 Revised: Jul. 08. 2021
Accepted: Jul. 12. 2021
Corresponding Author: Jae-Jin Lee(Hanyang University)
E-mail: jjlee@hanyang.ac.kr

© The Korea Game Society. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1598-4540 / eISSN: 2287-8211

1. 연구의 배경과 목적

국내의 게임산업은 2006년 발생했던 ‘바다이야기’ 사건 이래 언제나 규제의 대상으로 인식되어 왔다. 당시 문화적으로 다소 생소하게 여겨지던 ‘게임’이라는 콘텐츠에 대한 이해 부족은 미디어의 극단적인 사건·사고 보도와 결합되어 관련 정책과 규제에 영향을 주었고, 「게임산업진흥에 관한 법률」(이하 게임산업법)과 「청소년보호법」을 근거로 둔 각종 법안이 국회에 상정되는 계기가 되었다. 입법에 영향을 받는 이해관계자들의 합의나 명확한 기준이 결여된 채 게임의 ‘이용시간’이나 ‘콘텐츠의 내용’을 제한하는 법안들이 지속적으로 시도되며 게임 관련 규제는 다방면으로 강화되어왔다[1].

이러한 상황에서 최근 규제 일변도의 정책이 게임산업의 성장세 둔화에 악영향을 끼쳤다는 주장이 커지며 산업 경쟁력을 확보하기 위하여 정부의 과도한 규제가 완화되어야 한다는 비판의 목소리가 나타나기 시작했다. 특히 게임 관련 규제들이 청소년의 행복추구권, 표현의 자유, 평등권 원칙, 과잉 금지의 원칙 및 중복규제 금지 등의 헌법적 가치를 침해하고 있다는 학계와 전문가들의 지적[2]에 따라 게임산업의 특수성이나 경제·문화적 가치를 고려하지 않고 만들어진 법안들의 실효성에 대한 의문이 수면 위로 올라왔다.

게임의 플랫폼이 다채로워지고 기술의 발전 속도가 빨라지며 기존의 규제방식으로는 새로 발생하는 문제들을 해결하기 힘들었고, 시스템과 인식의 변화를 반영하여 법 조항을 신설하거나 개정하는 작업은 현실적인 한계에 부딪히게 된 것도 문제였다. 정부 주도의 규제로는 규제의 사각지대에서 발생하는 문제에 유연하게 대처하는 것이 어려웠고, 산업의 진흥과 문화적 가치를 손상하지 않는 규제를 만드는 작업도 쉽지 않았기 때문이다. 이에 정책의 방향을 수정해야 할 필요성이 대두되자 사업자 스스로 규제의 주체가 되어 자발적으로 규약을

만들고 준수하는 자기 책임 방식의 모델인 자율규제가 거론되기 시작하였다[3].

자율규제를 시행하는 것만으로 잔존하는 모든 문제가 일소되는 것은 아니며, 어떤 영역에서는 관계자들 간의 이해와 참여가 저조하여 시행에서 착오가 발생하기도 한다. 그러나 중앙 서버의 네트워크를 통해 재화와 용역을 소비자에게 제공하는 초국적 산업이라는 특성으로 인하여 국내법의 적용이 사실상 무의미한 게임산업에서 자율규제는 장기적인 대안으로 여겨졌다. 국내법이 강화될수록 커지는 역외 규제에 대한 어려움과 관련 산업에 종사하는 국내 사업자들에 대한 역차별 심화 현상을 극복하기 위해[4] 규제의 비대칭성을 완화하면서 역외 사업자의 규제 순응 또는 협조를 확보할 수 있는 시스템이 필요했기 때문이다.

그러나 실효성을 기대받았던 자율규제는 현재 자율규제와의 대립점에 서 있다. 정부는 이용자의 권익과 규제의 강제적 이행을 위한 자율규제가 필요하다는 주장을 하고 있으며, 산업계는 과도한 규제를 우려하며 산업 내부의 자율적인 자정으로 충분하다는 입장을 피력하는 상황이다. 최근의 정부와 업계는 확률형 아이템을 두고 기존 자율규제의 강화와 강제적 자율규제의 적용이라는 극단적인 해결책으로 공방을 시작했다.

이에 본 연구는 게임의 규제를 둘러싼 현재의 자율과 자율에 대한 논의의 지형이 향후 관련 정책의 방향에 영향을 미칠 수 있다는 판단에 근거하여[5] 프레임분석을 통해 미디어의 보도 방향을 알아보고자 하였다. 즉, 게임 자율규제를 바라보는 미디어의 시각을 확인하고, 자율규제가 어떤 프레임을 통해 다루어지는지 살펴보려는 것이다. 연구의 결과를 통해 자율규제 정책에 미치는 영향이나 수용자들과 정책 관계자들의 인식에 미치는 영향을 예측하고 자율정책기구의 방향성을 수립하는 기초 자료로 사용될 수 있을 것으로 기대한다.

2. 기존 연구 분석

2.1 자율규제와 게임 자율규제

자율규제는 사업자를 회원으로 하는 단체가 회원 상호 간 '실행규범', '선의지', '협력' 등의 합의에 근거하여 자발적으로 참여하는 형태의 규제이다[6]. 자율규제는 규제를 해체하거나 완화하려는 목적을 가진 탈규제(de-regulation)나 비규제(un-regulation)의 개념과는 차이가 있으며, 규제의 기본적인 틀을 구축한 상태에서 운영 행위자를 바꾸려는데 목적을 두고 있다는 특징이 있다[7].

국내의 자율규제는 1980년대에 일었던 탈규제와 민영화의 흐름에서 시작되었으며, 과거 정부가 직접적으로 수행했던 공공복리의 향상을 민간이 수행할 수 있다는 관점에서 수용되었다[8]. 정치적으로는 관료제 기능의 한계를 인식하고, 경제적으로는 재정위기를 타파하기 위해 비대하고 비효율적인 정부조직을 축소하여 행정적인 개혁이나 규제 완화를 꾀하고자 했던 시도이기도 하였다[9].

하지만 규제의 대상이 자율규제의 주체가 될 수도 있었기에 업계 스스로에 대한 통제와 실효성과 한계성에 관한 의문이 제기된다는 점은 자율규제의 치명적인 약점으로 인식되었다. 실행과 감시를 동시에 수행해야 하는 자율규제의 특징으로 인해 이해관계자들의 인식에도 차이가 발생했고, 집단의 성격에 따라 자율규제에 대한 지지도 차이가 나타났다[10].

이외에도 행정과 사업자 간의 불투명한 관계에서 전개된다는 특징 때문에 행정 신뢰도가 높지 않으며, 정부의 간섭을 피하기 위한 도피수단으로 악용될 경우 규제의 수준이 충분히 담보될 수 없다는 점, 또한 집행을 준수할 수 있도록 유인하는 수단이 부족하고 시행의 근거가 확실하지 않으며 미준수에 따른 조치가 미흡하다는 단점을 보완해야 한다는 비판도 있었다[11].

게임 자율규제에 대한 논의는 인터넷 자율규제와 비슷한 지점에서 논의되어왔으며, 유연하고 신속하게 변화하는 산업 내에서 사회적 책임 이행과 공익 추구라는 목표를 달성하기 위하여 시작되었다. 당시 게임 자율규제의 시행 근거는 인터넷 콘

텐츠를 심의할 때 각각의 특성에 맞는 체제를 고려해야 한다는 것, 사업자의 적극적인 참여로 예측 가능성과 규제의 실효성을 확보할 필요가 있다는 것, 그리고 해외 주요국들의 디지털 콘텐츠 규제가 자율규제를 중심으로 짜여져 있다는 것이었다[12].

그러나 자율규제의 강점과 장점에도 불구하고, 게임 자율규제는 사회적 인식으로 인해 정착단계에서 어려움을 겪었다[13]. 업계가 제시한 '온라인 게임 사업자 자율규제 권고안'이 규제의 효율성을 제고하고 신뢰도 높은 시스템 구축의 목적을 달성하기에 부실하다는 의견과 법적 규제력이 없는 상황에서 게임 업체들의 적극적인 참여를 기대하기 어려울 것이라는 관측도 있었으나[14], 이러한 시각은 과잉규제로 인한 산업의 위축을 비판하는 의견이 등장하며 조금씩 변화하였다[15].

2.2 자율규제 현황과 쟁점

2.2.1 확률형 아이템 자율규제

확률형 아이템과 관련한 자율규제는 2015년 한국인터넷디지털엔터테인먼트협회(현 한국게임산업협회)의 주도로 시작되었다. 게임 내 아이템의 획득확률정보를 공개하여 콘텐츠 이용자들의 구매 판단을 돕고자 하는 목적이었다. 그러나 당시의 자율규제안은 공개된 확률의 신뢰성, 이용자에게 불합리한 조항의 존치, 외부 감시의 부재 등 당면한 문제를 해결하지 못하였다[16].

정부 주도의 규제가 산업에 미칠 부정적인 결과를 우려한 산업계는 한국게임산업협회(Korea Association of Game Industry, 이하 K-GAMES)를 통해 정부와 시민단체가 감시자로 참여하는 형태의 강화된 자율규제안을 발표하였다. 2017년에는 게임이용자보호센터의 자율규제평가위원회를 중심으로 확률형 아이템의 자율규제 시행과 외부 감시가 가능한 구조의 기틀이 수립되었으며 2018년에는 GSOK을 중심으로 개선안을 수행하게 되었다[17].

그러나 2019년 12월 26일 공정거래위원회가

「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」 개정안에서 2020년 6월부터 시행될 ‘확률형 아이템 정보공개 의무화’를 예고하며 확률형 아이템을 둘러싼 자율규제 문제는 다시 주요 논제로 떠오르게 된다. 정부는 ‘게임산업 진흥 종합계획’에서 기업이 공개한 확률의 신뢰성이나 문제해결의 실효성에서 여전히 논란이 있다는 판단하에 공격규제의 근거를 마련하겠다는 의지를 보인다[18]. 법개정을 통해 확률형 아이템 정의규정을 신설하고 확률형 아이템의 종류, 종류별 공급 확률정보 등의 표시의무를 지우겠다는 것이었다.

그러나 단순히 자율규제의 실효성 부재를 개선하기 위해 자율규제로의 전환이 필요하다는 정부의 주장은 두 가지 측면에서 문제가 있었다. 먼저, 자율규제 시스템은 실효성 여부를 판단할 만큼 충분한 시간이 경과하지 않은 상태였다. 단기간에 규제의 주체가 변경되는 것은 오히려 자율과 자율규제 모두의 정착을 어렵게 할 수 있었다. 또한 국내법으로 명문화될 경우, 해외 업체와의 역차별이 더욱 가속화될 수 있다는 문제도 있었다. 국내 외 사업자 간 역차별은 자율규제에서도 여전히 존재하며, 오히려 국내법의 강화로 인해 규제의 역외적용이 어려워질 수 있었기 때문이다[19].

2.2.2 청소년의 게임 내 청약·철회 및 환불에 관한 자율규제

청소년의 게임 내 결제로 인한 피해는 유형이 다양하고 해결 방법에도 한계가 있기에 예방과 분쟁 해결의 영역에서 적절한 균형점을 찾아야 할 필요가 있다. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조 제11항에서 법정대리인의 동의가 없는 미성년자의 재화 거래 계약이 취소될 수 있다고 밝히고 있으나, 실제로 청약을 철회하는 과정은 복잡하고 어렵다. 한국콘텐츠진흥원에서는 미성년자가 동의 없이 구매한 유료 아이템을 환불받기 위해서는 미성년자가 결제하였음을 입증해야 하며, 만일 게임 내에서 아이템의 사용을 완료하였

다면 환불이 어려울 수 있다고 하였다.¹⁾

구글이나 애플과 같은 모바일 플랫폼 사업자는 미성년자의 거래와 관련된 법적 의무가 있지만, 이러한 조항이 게임사와 콘텐츠 제조사에는 적용되지 않기 때문에 책임의 주체에 따라 환불이 가능한 경우와 아닌 경우로 나뉘게 된다. 한국소비자원에서는 2020년 4월 보도자료를 통해 전월 대비 두 번째로 높은(69.6%) 민원 증가율을 보인 ‘모바일게임서비스’ 품목에서 가장 많은 문의가 들어왔던 세부 분야가 ‘미성년자인 자녀의 유료서비스 청약 철회 방법’이었다고 발표하였다[20].

2.2.3 게임광고 자율규제

과거 정부 주도하에서는 심의받을 당시 신고된 게임물과 다른 내용의 광고가 노출될 경우 모니터링을 통해 적발하고 플랫폼 사업자, 광고 게시 사이트에 삭제를 요청하는 방식으로 대처하였다. 그러나 모니터링 인원의 부족, 게임광고를 심의하는 기준의 부족 및 처벌의 실효성 등이 문제가 되었다. 특히 논란이 된 부분은 실제 내용과 전혀 다른 게임을 보여주는 낚시성 홍보, 여성의 신체나 대사를 이용한 노골적인 이미지의 삽입, 사행성을 유발할 위험이 있는 콘텐츠 등이 전체연령을 대상으로 하는 게임에서도 노출된다는 것이었다[21].

당시에 게임광고에 적용할 수 있는 법안이 존재하지 않는 것은 아니었다. 「게임산업법」에서는 제34조 광고·선전의 제한 항목을 통해 등급을 받은 게임물의 내용과 광고가 상이한 경우 사후심의로 제재할 수 있음이 명시되어 있었다. 그러나 선정성이나 폭력성과 같은 문제를 해결할 수 있는 기준

1) 일부 게임사의 경우 가족관계나 구매패턴 등의 정황을 고려하여 환불을 진행하는 사례가 있고, 게임사마다 피해 구제 방식이 다르므로 정보의 확인을 통한 구체적인 상담이 필요하다고 보았다. 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 (법률 제15698호 일부개정 2018. 06. 12.) 제11조3항에 따르면, 통신판매업자는 미성년자와 재화 등의 거래에 관한 계약을 체결할 때에는 법정대리인이 그 계약에 동의하지 아니하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 미성년자에게 고지하여야 한다.

이 없고, 중국 기업을 모체로 둔 게임사들의 경우 규제를 준수하지 않더라도 국내 퍼블리셔(publisher)가 없다면 처벌할 수 있는 방법이 부재하다는 역외적용의 한계가 명확하였기에 국내 기업들의 역차별 문제가 심각한 수준에 이르렀다는 비판을 피하지 못하였다[19].

이와 관련하여 문화체육관광부는 최근 '게임산업진흥 종합계획'에서 사회 통념상 부적절한 게임광고를 제한할 수 있는 법적인 근거를 신설하겠다고 밝혔다. 국내 대리인 제도를 도입하고, 신고 포상 제도 등을 적극적으로 활용하여 지나친 선정성 등을 바른 게임이용을 해치는 게임광고를 근절하겠다는 내용이었다[18]. 그러나 정부는 부정적 게임광고의 제한에 대해서 방송통신심의위원회의 협조 없이 게임물관리위원회가 주도적으로 기능할 수 있도록 조치할 것이라고 말하면서도, 자율규제에 대한 구체적인 지원 방안을 발표하지는 않았다.

2.3 언론 보도와 프레임분석

현대사회에서의 대중은 직접적이기보다는 미디어를 통한 간접적인 방식으로 경험을 축적하게 되는데, 이 과정에서 접하게 되는 정보들은 정확한 현실의 반영이 아니라 미디어의 생산자들에 의해 가공된 현실이라고 볼 수 있다. 미디어 생산자들에 의해 선택된 정보에 작용하는 일련의 원칙은 프레임(frame)이라고 불리며, 현실을 특정한 방식으로 선택하거나 강조, 혹은 요약하여 구성함으로써 수용자에게 이해와 해석의 틀을 제공하는 준거가 된다[22].

프레임은 '맥락의 테두리'라는 개념으로 처음 설명된 이후 연구자들에 의해 이슈에 대한 다른 관점이나 상징적 장치와 같은 용어 등으로 다양하게 개념 지어져 왔다. 개인이나 그룹의 스키마(schema) 데이터에 '찾고, 지각하고, 식별 가능' 라벨을 붙일 수 있도록 의미를 부여하는 기준으로 설명되기도 하였다[23].

프레임효과는 수용자들이 관련된 정보를 장기 기억에 저장할 때 최근 혹은 자주 접한 정보에 더

쉽게 접근할 수 있도록 내용물을 배치하며, 판단할 때는 아주 적은 양의 정보만을 사용하기 때문에 발생한다[24]. 또한 전달 과정에서 개별 미디어 근로자 미디어 관행, 미디어 조직, 미디어 조직 외부, 이데올로기 차원 등 5가지 단계의 영향을 받는다[25]. 이 외에 미디어의 정치 성향[26]과 논조[27], 정보원[28] 등도 프레임의 형성에 개입하는 요소로 검증되어왔다.

2.4 프레임의 구성

프레임은 선택, 강조, 배제, 정교화, 현저성 등의 요소가 포함되어 구축된 준거의 틀이며 구체적인 보도에서는 기사의 양, 배치, 논조, 어휘의 선택 등을 통해 표현된다[29]. 프레임분석에는 기존의 연구에서 분석을 통해 도출해놓은 틀을 사용하는 연역적 방식과 분석대상이 되는 보도를 기준으로 새로운 유형화를 진행하는 귀납적인 방식이 연구의 성격과 주제에 따라 취사 선택된다.

연역적 방식과 달리 귀납적 방식으로 프레임을 도출할 때는 연구자가 자신의 관점에 따라 분석대상을 해석하고 대표성이 높은 개념을 채택하여 명명하게 되는데, 시간이 오래 걸리지만 새로운 이슈에 대한 포괄적인 분류가 가능하다는 장점이 있다[30]. 귀납적 방식을 적용하기 위해서는 분석대상이 되는 기사 전체 혹은 일부를 읽고 반복적으로 나타나면서도 전체적인 의미를 결정하는데 중심적인 역할을 하는 핵심 개념을 찾아내는 작업이 필요하다. 또한, 구체적인 프레임을 추출할 때 주요 행위자, 대항적 행위자, 대상의 속성, 행위의 구성 내용, 행위의 방식, 행위의 맥락, 행위의 의의 등을 기초로 기사를 나눈 뒤 주제가 상호 결합 되는 패턴을 확인해야 한다.

게임 자율규제에 관련된 기사들은 게임의 중독, 폭력성, 사행성 등을 다루는 기사와 달리 개인의 행동을 중심으로 한 일화적(episodic) 프레임을 거의 사용하고 있지 않으며, 내용적인 면에서도 인간적 흥미나 도덕성과 같은 분류를 그대로 활용하기에 부적절하다. 기존의 프레임을 적용하기에 적합

하지 않을 경우, 귀납적 방식을 사용하거나 연역적 프레임을 기본으로 항목을 삭제하거나 추가하는 방법이 선호되고 있었다[31,32]. 본 연구의 대상이 되는 게임 자율규제 역시 이슈를 둘러싼 이해관계자들의 갈등 상황이 존재하기는 하지만 기존의 갈등 프레임분석 틀을 적용하기 어렵다는 판단에 따라 귀납적 프레임분석 방식을 선택하였다.

3. 연구 방법

3.1 분석 대상 및 방법

본 연구는 자율규제 보도의 프레임을 분석하기 위해 GSOK의 발족으로 강화된 자율규제안이 적용되기 시작한 2018년 7월부터의 기사를 대상으로 선정하였다. 2018년 7월 1일부터 본 연구가 수행되기 시작한 2020년 6월 22일까지 약 2년간의 관련 기사가 분석에 포함되었으며, 게임 자율규제와 관련된 기사를 최대한 수집하기 위해 전 신문사를 검색할 수 있는 네이버 뉴스 서비스를 이용하였다.

최근 국내의 프레임분석 연구에서 카인즈(KINDS) 시스템을 적극적으로 사용하고 있음을 알 수 있었지만[33], 기사 선별 사이트를 이용할 경우 해당 기간의 보도를 전량 수집할 수 없다는 문제가 생긴다는 점을 고려하였다. 또한 최근의 뉴스 이용형태가 대형 포털을 중심으로 재편되고 있다는 점에서 주요일간지만을 분석하는 것보다 네이버에서 검색 가능한 기사의 전량 분석이 필요할 것이라고 판단하였다.

기사는 ‘자율규제’, ‘확률형 아이템’, ‘정약철회’, ‘환불’, ‘광고’, ‘GSOK’, ‘한국게임정책자율기구’ 등의 단어를 단독, 혹은 조합하여 검색한 뒤 내용 확인을 거쳐 표집 목록에 추가하였으며, 내용에서 GSOK의 사업 범위에 해당하는 자율규제나 게임 자율규제 일반을 구체적으로 언급하고 있는 기사를 선별하는 확인작업을 거쳤다. 이후 모집단에서 수용자의 가치판단 및 여론형성에 영향을 미칠 수 있는 내용이 담겨있다고 판단되는 기사를 프레임분석의 대상으로 확정하였다.

수집된 1,072건의 자료 중 위의 기준을 충족하여 분석대상이 된 기사는 806건이었으며, 보도자료와 중복 기사를 제외한 최종적으로 프레임분석의 대상이 된 자료는 총 325건이었다. 자료의 코딩과 분석에는 엑셀 및 IBM SPSS v.25 프로그램의 빈도분석 및 카이제곱(Chi-squared) 교차분석이 사용되었다. 또한 두 명의 미디어커뮤니케이션학과 대학원생이 분석 유목에 대한 설명을 듣고 전체 기사의 20%로 연습코딩을 시행한 뒤 해당 과정을 두 번 반복하며 유목과 내용을 세 차례에 걸쳐 수정하였다.

3.2 분석 유목 및 분석 내용

본 연구에서는 주요 분석을 위하여 귀납적 방식을 통해 (1) 보도날짜, (2) 미디어의 성격, (3) 보도주제, (4) 보도유형(스트레이트, 기획·분석기사, 사설·칼럼·기고, 보도자료, 학술정보), (5) 보도논조(공정적, 부정적, 중립적), (6) 보도프레임, (7) 논거의 기준(객관적 자료, 전문적 견해), (8) 정보원의 형태(정부, 정당·정치인, 행정기관, 공공기관, 민간기관, 게임사, 학계, 시민·이용자)의 8가지 분석유목을 도출하였다.

각각의 기사를 이러한 유목에 근거하여 분석한 뒤, (1) 1차 주요 프레임과 2차 세부 프레임의 빈도, (2) 미디어의 성격에 따른 보도프레임의 구성, (3) 보도주제에 따른 보도프레임의 차이, (4) 보도프레임에 따른 논조의 차이, (5) 보도프레임에 따른 논거의 차이, (6) 보도프레임에 따른 정보원의 차이를 살펴보고자 하는 것이 목적이었다.

세부목표의 달성을 위해 분석유목을 나누는 과정은 귀납적 방식으로 진행되었다. 프레임을 나누기 위해 기존의 게임 보도 프레임분석 연구를 참고하였으며[33], 대상 기사의 일부를 읽어본 뒤 내용을 유형화하고 수정을 거쳐 유목이 서로 중복되지 않도록 하였다. 귀납적 방법으로 도출된 1차, 2차 프레임 및 분류기준은 [Table 1]에 설명되어 있다.

[Table 1] 1st and 2nd frames and details

1st	2nd	details
informati on fra me	Status of self-regulation in Korea	Information on self-regulation Status and Changes in Game Self-Regulation in Korea
	Status of self-regulation research in Korea	Conferences, seminars, and research related to game self-regulation in Korea
	Status of self-regulation status in other country	Information on self-regulation in other country Status and Changes in Game Self-Regulation in other country
conflic t fra me	Conflicts between regulated entities	Equity issues between domestic and foreign companies Equity issues with other industries Equity issues with other related legislation
	Conflicts between regulators	Conflict between self-regulation and government regulation Conflict between government departments
resp onsib ility f rame	Industry Responsibilities	Criticism of the game industry system The need to improve business models and systems
	Responsibilities of self-regulatory organizations	Criticism of the effectiveness of self-regulation Demand to restore users' trust in self-regulation
	social responsibility	Problems with sexuality or speculativeness Responsibilities to protect youth and users
probl em sol ving fra me	Securing effectiveness	Measures and penalties to increase compliance with the self-regulation Strengthening management and supervision for the smooth implementation of self-regulation
	Consultation and win-win	Proposal of government regulation as a supplement to self-regulation Encourage participation of game self-regulatory officials
	improvement of regulations	Avoiding excessive government-led regulations and urge the easing of regulations Existing self-regulation needs to be expanded and revised

3.3 코더 간 신뢰도

프레임분석에 사용한 324건의 보도자료 중 20%인 64건을 무작위 추출하여 Cohen's Kappa 계수로 코더 간 신뢰도를 측정하였다. Cohen's Kappa는 과대추정되는 일치도 통계의 문제를 해결하기 위해 우연적인 부분을 통제된 방법의 계수로, 검사점수 평정자 간의 일치도를 주장하기 위해 사용된다. 카파계수(coeffcient of kappa)는 0 이상 1.0 이하의 값을 가지며, 일반적으로 0.1 이상의 값만 나와도 어느 정도 일치한다고 본다[34]. 0.41 이상일 때 보통, 0.61 이상일 때 상당히 일치한다고 평가할 수 있다. 본 프레임분석에 참여한 코더 간 신뢰도는 모든 항목에서 0.7 이상으로 나타나 카파계수의 기준에 비추어보았을 때 상당히 일치하고 있음을 알 수 있었다.

4. 연구결과

4.1 기사의 보도량 분석

GSOK의 기능을 중심으로 한 게임 자율규제의 보도량 분석 결과는 다음과 같았다. 먼저 가장 많은 빈도를 차지했던 유형은 보도자료로, 총 806건의 모집단에서 481건을 차지하며 약 60%의 비율을 보였다. 두 번째는 125건(15.5%)으로 나타난 기획·분석기사였고, 단순 정보만을 전달하는 스트레이트 기사가 109건(13.5%)으로 바로 뒤를 이었다. 학술정보를 취재하여 전달하는 유형의 기사는 78건(9.7%) 이었고, 사설·칼럼·기고가 13건(1.6%)으로 가장 적은 비율을 차지했다. 본 분류에서 보도자료는 기관의 입장 발표를 그대로 옮겨놓은 기사로 한정하였기에 본격적인 프레임분석에는 전체 806건의 자료에서 보도자료로 별도 표기된 481건을 제외한 325건만을 사용하였다.

미디어의 성격은 크게 게임 전문미디어와 게임 비전문미디어의 두 항목으로 나누었다. 게임만을 다루는 미디어와 종합미디어의 시각이나 태도가 다

를 수 있다고 가정하였기 때문이다. 본 연구에서 게임 전문미디어로 판단한 매체는 게임동아, 게임메카, 게임샷, 게임조선, 게임톡, 게임포커스, 게임플, 더게임스테일리, 데일리e스포츠, 데일리게임, 디스이즈게임, 인벤, 포모스 등의 13개사였다. 게임 전문미디어는 총 325건의 모집단에서 31.1%를 차지하는 101건의 기사를 발행하였고, 종합미디어에서 보도한 224건(68.9%)과 비교하였을 때 약 2배 정도의 빈도 차이를 보였다. 그러나 게임만을 전문으로 하는 미디어가 한정되어 있다는 점을 고려하면 상대적인 보도량은 적지 않을 것으로 보였다.

보도주제에서는 GSOK의 기능을 중심으로 확률형 아이템, 게임광고, 청소년 환불청약·철회로 주제를 나누고, 자율규제 전반을 다루고 있는 경우를 추가하여 총 4가지 유목의 분석을 시행하였다. 분석 결과 가장 많이 다뤄지고 있는 주제는 231건이었던 확률형 아이템으로, 전체 기사의 70%를 넘는 비율을 차지하고 있었다. 게임광고와 자율규제 일반은 44건으로 동일하게 13.5%였으며, 청소년 환불청약·철회는 6건으로 관련 주제의 보도가 거의 이루어지고 있지 않다는 것을 알 수 있었다.

4.2 주요 프레임과 세부 프레임의 빈도

앞서 분류한 1차 프레임과 2차 프레임의 유형을 분석한 결과, 1차 프레임에서는 ‘정보전달’ 프레임이 158건(48.6%)으로 전체의 약 절반가량을 차지하고 있는 것을 알 수 있었다. 이는 게임 자율규제라는 주제가 가지고 있는 현저성이 떨어지기 때문이라고 짐작할 수 있다²⁴. 게임 자율규제와 관련된 기사들이 자극적인 사건을 주제로 하는 경우가 드물고 사회 전반의 관심도가 높은 영역도 아니기에 단순 현황이나 연구결과를 소개하는 보도의 비중이 높게 나타난 것이다.

정보전달 프레임의 세부 프레임에서는 국내 자율규제 연구현황, 국내 자율규제 현황, 해외 자율규제 현황 순서로 높은 빈도를 보였다. 두 번째로 높게 나타난 것은 ‘책임’ 프레임으로 산업의 책임, 자율규제 기구의 책임, 사회적 책임의 빈도가 유사

하였다. ‘갈등’ 프레임은 64건(19.7%)으로 책임 프레임과 비슷한 빈도였는데, 세부 프레임에서는 규제 대상 간의 갈등(41건, 12.9%)을 다루는 기사가 규제 주체 간의 갈등(23건, 7.1%)에 비해 두 배 정도 많이 보도되고 있었다. 문제해결 프레임은 29건으로 1차 프레임 4가지 중 가장 적은 보도량을 보였으며, 규제개선, 협의와 상생, 실효성 확보의 순서대로 나타났다.

4.3 미디어의 성격에 따른 보도프레임의 차이

게임 전문미디어와 비전문미디어의 보도프레임에 차이가 있을 것이라는 가정하에 두 미디어를 비교해 본 결과는 다음과 같았다. 게임 전문미디어의 1차 프레임은 정보전달 프레임(56건, 55.4%), 책임 프레임(27건, 26.7%), 갈등 프레임(12건, 11.9%) 문제해결 프레임(6건, 6%)의 순서대로 높게 나타났다. 비전문미디어에서는 정보전달 프레임(102건, 45.5%), 갈등 프레임(52건, 23.3%), 책임 프레임(47건, 21%), 문제해결 프레임(23건, 10.3%)의 순서대로 프레임을 활용하고 있었다.

게임 전문미디어와 비전문미디어를 비교하였을 때 가장 눈에 띄는 부분은 갈등 프레임에서 나타난 차이였다. 게임 전문미디어에서 갈등 프레임은 약 12%의 정도의 비율로 사용되었는데 이에 비하여 비전문미디어에서 규제 대상 간의 갈등 및 규제 주체 간의 갈등을 보도한 기사는 약 23%로 두 배 정도의 차이를 보였다.

또한 미디어의 보도를 수집하는 과정에서 게임 전문미디어의 댓글란을 통한 활발한 의견의 교류를 확인하였는데, 이러한 현상으로 게임 혹은 게임 자율규제에 관심이 높은 수용자들이 게임 전문미디어 채널에서 정보를 획득하고 있음을 짐작할 수 있었다. 게임 자율규제에 대한 사회 전반의 이해도가 높지 않은 현 상황에서 게임 이용자들에게 ‘자율규제가 무엇인지’, ‘왜 필요한지’와 같은 지식을 전달하고 이해할 수 있도록 돕는데 전문미디어 채널의 역할이 중요할 것으로 보였다.

4.4 보도주제에 따른 보도프레임의 차이

확률형 아이템, 게임광고, 청소년 환불청약·철회, 자율규제 일반 등 4가지 주제에 대한 보도프레임의 차이가 나타나는지 확인하기 위한 분석을 시행한 결과, 통계적으로 유의미한 차이를 발견할 수 있었다. 그러나 청소년 환불청약·철회의 보도량이 총 325건 중 6건에 불과하여 최소 기대빈도를 충족하지 못하는 결과물이 나왔고, 이에 해당 주제를 제외한 나머지 프레임에 대상으로 유의확률을 재계산하였다($\chi^2=12.619$, $df=6$, $p<.05$).

분석 결과, 확률형 아이템을 주제로 하는 보도에서 가장 많이 사용된 프레임은 정보전달이었으며, 책임 프레임과 갈등 프레임이 그 뒤를 이었다. 문제해결 프레임을 사용한 기사는 7.8%에 불과했는데 이는 다른 주제들과 비교해보아도 적은 비율이었다. 확률형 아이템이 게임 자율규제와 관련된 보도에서 가장 높은 비중을 차지하고 있다는 점을 고려한다면, 주제의 중요도에 비해 해결책이나 대안을 제시하는 보도가 적었다고 판단할 수 있었다.

게임광고를 주제로 다루고 있는 보도에서는 정보전달(16건, 36.3%)과 책임 프레임(16건, 36.3%)이 가장 자주 사용되었던 것으로 집계되었다. 다만 갈등 프레임의 2차 프레임인 규제 주체 간의 갈등 프레임과 책임 프레임의 세부 프레임인 산업의 책임 프레임은 단 한 건도 나타나지 않았는데, 이는 게임광고 영역이 자율규제를 시행하기 위한 준비단계에 있다는 점과 국내 게임 기업들이 중국발 저질광고의 퇴출을 앞장서 요구하고 있는 상황이 반영된 현상으로 보였다.

청소년 환불청약·철회를 다루는 기사는 총 6건으로, 다른 주제들에 비해 거의 보도되고 있지 않았다. 이는 청소년의 환불청약·철회 문제가 해결되어야 한다는 당위성과는 별개로, 특별한 사건이 적었기 때문으로 보인다. 확률형 아이템이나 게임광고의 경우 자율규제가 시행되고 있거나 시행될 예정이고 기존 규제를 둘러싼 실효성 논란이나 규제 주체를 둔 갈등이 지속되고 있는 상황이지만, 청소년 환불청약·철회는 GSOK 산하의 청소년보

호정책위원회 발족만이 관련 기사로 검색되었다. 이에 보도 프레임 역시 국내 자율규제 연구현황에 집중되어 있었으며(6건, 100%), 이외의 프레임으로는 다루지고 있지 않았다.

4.5 보도프레임에 따른 보도논조의 차이

게임 전문미디어가 비전문미디어에 비해 게임 자율규제를 긍정적으로 보도할 것이라는 예상과 달리, 미디어의 성격에 따른 논조의 차이는 발견되지 않았다. 대부분의 보도에서는 양측의 의견을 모두 다루거나 중립적인 논조를 사용하는 경향이 보였고, 하나의 노선에 집중하여 다른 쪽을 비판하거나 부정하는 내용은 사실이나 칼럼, 기고문과 같은 유형의 기사에서만 적극적으로 나타나고 있었다. 또한 책임과 문제해결 프레임에 속한 보도의 논조 차이가 확연히 관찰되었다.

정보전달 프레임에서는 중립적인 논조가 압도적인 비율을 차지하고 있는 것으로 집계되었다(148건, 93.7%). 2차 프레임에서도 국내 자율규제 현황, 국내 자율규제 연구현황, 해외 자율규제 현황 프레임에서 44건(86.3%), 76건(98.7%), 28건(93.4%)에 해당하는 보도들이 중립적인 태도를 견지하고 있는 것으로 나타났다.

갈등 프레임에서도 중립적인 논조의 보도가 절반을 넘는 비중을 차지하였다. 규제 대상 간의 갈등과 규제 주체 간의 갈등에서 각각 21건(51.2%), 18건(78.3%)의 중립적 성향이 관찰된 것은 정보전달 프레임에서와 마찬가지로 현상을 전달하거나 갈등의 주체가 되는 양측의 입장을 각각 설명하는 방식으로 전개되는 기사가 다수이기 때문으로 추측된다. 갈등 프레임에서는 다른 프레임들에 비해 부정적인 논조와 긍정적인 논조가 비슷한 수준으로 나타났고, 규제 대상 간의 갈등을 다루는 보도에서만 부정적인 논조를 보였다.

책임 프레임에서는 다른 프레임들에 비해 부정적인 논조가 강조되는 경향이 있었다. 긍정적 논조가 2건, 약 2.7%의 비율을 보인 것과 비교하면 그 차이가 더욱 드러나는데 이는 산업, 자율규제 기구,

혹은 사회적 책임을 묻는 프레임에서 자율규제를 긍정적으로 묘사하는 기사가 적었음을 보여준다. 특히 자율규제 기구의 책임 프레임과 자율기구의 참여자이자 주체인 산업의 책임 프레임을 사용하는 보도에서 자율규제를 부정적으로 묘사하는 경우가 많았다.

반면 문제해결 프레임을 사용한 보도에서는 긍정적인 논조가 절반이 넘는 비율을 차지하고 있었고, 규제개선이나 협의와 상생 프레임에서는 전체 보도량의 절반 이상이 긍정적 논조를 띠는 것을 확인할 수 있었다. 문제해결 프레임에서 논조를 드러내지 않거나 중립을 유지하고 있는 기사는 7건으로 24.1%를 차지했으며, 자율규제를 부정적인 시각으로 보도하는 경우는 4건으로 13.8%의 비율이었다.

4.6 보도프레임에 따른 논거의 차이

정보전달 프레임에서는 객관적 자료나 전문적 견해 모두 사용되지 않았던 경우가 92건(58.2%)으로 나타났다. 국내 자율규제 연구현황에 대한 보도는 포럼이나 학회의 발표를 요약하는 방식으로 이루어져 있기에 객관적인 자료나 전문가의 의견을 따로 삽입할 필요가 없었을 것이라는 점이 현상의 발생 원인으로 추측되었다. 논거를 사용하는 경우에는 전문적 견해를 인용하는 경우가 객관적 혹은 복합적인 자료를 사용하는 경우를 합한 건수보다 높게 나타났다.

갈등 프레임에서는 전문적 견해만을 사용한 보도가 31건(48.5%), 전문적 견해와 객관적 자료를 모두 사용한 기사가 29건(45.3%)으로 전문적 견해에 중점을 두고 있기는 하지만 비교적 다양한 논거를 제시하는 경향이 관찰되었다. 책임 프레임에서 가장 선호하는 논거는 전문적 견해였는데, 전체 보도량의 절반을 넘는 42건(56.8%)이 이 방식을 채택한 것으로 나타났다. 구체적으로는 자율규제 기구의 책임과 사회적 책임 프레임을 사용하는 보도에서 ‘전문적 견해’가 압도적으로 많이 이용되는 것으로 드러났다.

이러한 결과가 나타난 것은 갈등 프레임이 구성되기 위하여 양측의 주장과 설득력 있는 자료가 필요하기 때문이라고 추측된다. 전문적 견해는 특정한 인물의 입장을 논리의 근거로 활용하는 형태이기에, 해당 인물의 자율규제에 대한 인식과 태도가 특정한 주체에게 책임을 묻고자 하는 기사의 주장과 연관되어 보도의 전체적인 논조를 강화하는데 일조한 것으로 보였다.

4.7 보도프레임에 따른 정보원의 차이

보도프레임에서 나타난 정보원의 차이를 확인하기 위해 ‘정당·정치인’, ‘게임사’, ‘행정기관’, ‘학계’, ‘정부’, ‘민간기관’, ‘공공기관’, ‘시민·이용자’ 등 8가지 항목을 중복으로 허용하여 분석하였다. 가장 많이 사용된 정보원은 게임사로 전체 정보원의 33%(114건)를 차지하였으며, 가장 적게 인용된 정보원은 정부(2건, 0.6%)로 나타났다. 게임사 다음으로 자주 사용된 정보원은 공공기관과 민간기관이었다. 자율규제와 정부규제 문제에서 자주 등장하는 정당·정치인이나 게임사를 이용하고 자율규제에 관심을 두고 있는 시민·이용자가 각각 39건(11.3%), 33건(9.6%)으로 그 뒤를 이었으며, 행정기관이 정보원으로 사용된 경우가 22건(6.4%), 교수나 학계 전문가가 인용된 기사가 14건(4.1%)이었다.

1차 프레임을 기준으로 정보원의 활용을 살펴본 결과 정보전달 프레임에서 가장 많이 사용한 인물이나 단체는 민간기관 혹은 민간기관에 소속되어 있었던 것으로 나타났다. 다음으로 자주 등장한 정보원은 공공기관과 게임사였으며, 행정기관과 학계, 정당·정치인, 시민·이용자의 순서로 활용되었다. 그러나 정보전달 프레임의 전체 보도량이 158건에 달한다는 점을 참고하면 해당 프레임을 사용한 보도의 상당수가 정보원을 사용하지 않았을 것으로 추측되었다.

갈등 프레임과 책임 프레임에서는 보도의 총량보다 사용된 정보원의 수가 더 많이 집계되었다. 갈등 프레임으로 분류된 64건의 보도에서는 총

114명의 정보원을 활용하였고, 책임 프레임을 사용한 74건의 보도에서는 113명의 정보원이 등장하며 다양한 정보원을 동시에 활용하고 있음을 보여주었다. 갈등 프레임에서는 게임사가 비율의 절반을 차지하고 있었으며, 책임 프레임에서는 게임사와 시민·이용자가 높은 비중을 차지하고 있었다.

주체 간의 갈등에서는 게임사가 정보원으로 활용된 빈도가 높았지만(18건), 비율로 계산하면 33%로 지배적이라고 말하기는 어려웠다. 규제 대상 간의 갈등에서 게임사가 자주 인용되는 이유는 규제의 주체이자 대상이기 때문이라고 추측할 수 있었으며, 자율규제를 운영하고 있는 민간기관이 규제 대상 간의 갈등이나 규제 주체 간의 갈등에서 자주 등장하는 현상 역시 같은 이유로 보였다.

책임 프레임에서는 시민·이용자를 정보원으로 사용하는 경우가 다른 프레임에 비해 많았다. 문제 해결 프레임에서는 해당 프레임에 해당하는 보도의 비율이 낮다는 것을 참작하더라도 여전히 다른 프레임들에 비해 정보원의 활용도나 다양성이 부족한 것을 알 수 있었다. 특히 문제해결 프레임에서 행정기관, 학계, 정부, 민간기관, 시민·이용자는 정보원으로 등장하지 않았거나 2건 내외로 등장하였다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 게임 자율규제와 관련된 이슈를 보도한 기사들의 프레임 분석을 통해 게임 자율규제가 수용자들에게 어떤 시각으로 전달되고 있는지 알아보고자 수행되었다. 연구결과를 요약한 내용은 다음과 같다. 연구를 위해 수집한 전체 기사의 약 60%는 기관의 발표를 그대로 내보낸 보도자료에 해당하였으므로 최종 분석대상에서 제외되었는데, 이는 미디어가 게임 자율규제와 관련된 이슈를 자체적으로 분석하는 것보다 특정 기관이나 집단의 의견을 매개하는데 그치고 있음을 보여주었다. 반면, 사실·칼럼·기고와 같이 현상의 원인과 결과를 고찰하고 해결책이나 대안을 제시하는 형식의 기사는

매우 적어 게임 자율규제를 다루는 보도 전반에서 주제에 대한 심도 있는 논의가 부족한 상황을 짐작할 수 있었다.

게임 자율규제를 주제와 프레임을 중심으로 살펴본 결과는 다음과 같이 나타났다. 첫째, 확률형 아이템을 보도한 기사가 다른 주제를 모두 합친 것보다 많은 양을 차지하였다. 게임 자율규제의 대표적인 영역으로 가장 많은 이슈를 몰고 다닌다는 점, 최근 공정거래위원회와 문화체육관광부의 두 차례에 걸친 확률형 아이템 관련 규제 발표가 이해관계자들의 갈등을 불러일으켰던 점 등이 보도량 상승의 주된 원인으로 파악되었다.

둘째, 1차 주요 프레임과 2차 세부 프레임의 빈도를 살펴본 결과, '정보제공 프레임'이 모든 보도에서 가장 많이 사용된 것으로 나타났다. 세부 프레임에서는 국내와 해외의 자율규제 현황이나 국내에서 발표된 관련 연구현황을 보도하는 내용의 기사가 전체 기사의 약 절반을 차지하고 있었는데, 이러한 결과는 유사한 연구의 대상이 되는 여타 사건사고 보도에 비하여 본 연구의 주제인 게임 자율규제라는 주제의 현저성이 비교적 낮기 때문으로 판단된다.

셋째, 책임 프레임의 2차 프레임인 산업의 책임, 자율규제 기구의 책임, 사회적 책임은 1차 프레임 내에서 비교적 균등한 빈도로 나타나 당면한 문제를 해결하기 위해 산업, 기구, 그리고 사회가 협력해야 할 필요성을 시사하였다. 갈등 프레임에서는 규제 주체 간의 갈등보다 규제 대상 간의 갈등이 약 2배가량 높게 측정되며 미디어가 집중하는 주제를 알 수 있었으며, 문제의 원인을 고찰하고 해결방안과 대안을 제시하는 내용을 중심으로 하는 문제해결 프레임의 빈도와 비율은 낮게 나타나 향후 더 많은 사회적 논의가 이뤄져야 할 것으로 보였다.

보도프레임을 중심으로 주제, 논조, 논거, 정보원의 차이를 분석한 결과는 다음과 같았다. 첫째, 확률형 아이템과 관련된 기사에서 규제의 방식이나 관리기관의 문제를 비판하기보다 게임산업의 비즈

니스 모델과 시스템의 개선을 요구하는 프레임이 많이 사용했다는 사실에서 미디어가 자율규제에 앞서 대상인 확률형 아이템 자체의 근본적인 속성의 개선을 더욱 시급한 문제로 보고 있음을 알 수 있었다.

둘째, 정보전달 프레임에서는 중립적인 논조가 지배적이었고, 갈등 프레임에서는 중립적인 논조가 높은 빈도로 관찰되었고, 규제 대상 간의 갈등 프레임에서만 부정적인 논조가 두드러졌다. 갈등 프레임에서 중립적인 논조가 강하게 나타난 이유는 갈등 상황에 놓인 대상의 입장을 모두 다루는 과정이 필요하기 때문으로 추측되며, 규제 대상 간의 갈등에서 부정적인 논조가 강하게 나타난 것은 해외 기업과의 역차별 문제가 다수 보도되었기 때문으로 보인다.

셋째, 보도프레임에 따른 논거의 차이를 살펴보기 위해 분석을 시행한 결과 어떠한 논거도 제시하지 않는 기사들이 많은 비중을 차지하고 있음이 드러났다. 보도에서 논거를 사용하는 경우에는 객관적 자료보다 전문적 견해를 주로 인용하였는데, 권위를 가진 인물의 담화가 보도의 주장을 특정한 방향으로 강화하기 위하여 의도적으로 사용되는 만큼 특정한 시각이나 논조를 뒷받침하기 위한 장치로써 활용되고 있음을 짐작할 수 있었다.

넷째, 정보원으로 확인된 정당·정치인, 게임사, 행정기관, 학계, 정부, 민간기관, 공공기관, 시민·이용자 등 8가지 항목 중에서는 ‘게임사’가 가장 많이 활용되고 있는 것으로 나타났다. 게임사는 자율규제의 주체이자 참여자로서 중요한 위치를 차지하고 있기에 정보원으로 활용된 빈도도 그만큼 높았던 것으로 해석할 수 있다. 다만 눈에 띄는 부분은 정보원을 전혀 사용하지 않는 기사들의 비중이 높았다는 것이었다. 또한 모든 프레임에서 게임사 및 게임사에 소속된 인물의 정보에 지나치게 의존하고 있다는 문제점도 발견할 수 있었는데, 비교적 많은 수의 정보원을 사용한 갈등 프레임과 책임 프레임에서조차 정보원의 유형은 게임사에 치중되어 있는 모양새를 보였으며 아예 정보원이 등장하

지 않는 세부 프레임들도 있었다.

미디어를 통해 전달되고 있는 자율규제에 대한 혹평은 게임 자율규제 전반에 대한 사회적인 논의가 부족한 현 상황을 그대로 반영하고 있었다. 언론 스스로 취재의 대상을 심층적으로 분석하고 대상의 문제점을 비판하는 동시에 감시자로 기능해야 함에도 단순히 정보전달의 기능을 수행하고 있었기 때문이다. 미디어와 미디어 종사자들이 다양한 정보원을 활용하고, 문제를 지적하는 동시에 해결책을 제시하는 등의 개선을 통해 게임 자율규제에 대한 사회적 논의를 이끌어내고, 자신이 맡은 영역에 대한 이해도를 높이기 위해 노력해야 할 것으로 보였다.

결론을 통해 게임 자율규제 기구의 방향성을 제안하자면 다음과 같다. 자율규제기구는 현재 게임 산업과 소비자의 사이에서 자율규제에 대한 올바른 정보를 전달하고, 소비자들의 의견을 적극적으로 수렴하여 긍정적인 게임 경험을 돕는 역할을 맡고 있다. 그러나 소비자들이 접하는 자율규제와 관련된 정보들은 단순히 특정 집단의 시각을 전달하거나, 부정적 논조를 띠고 있거나, 사실이 아닌 경우가 있었으며, 또한 확률형 아이템과 같은 특정 이슈에 편중되어 있는 것으로 나타났다.

그리고 자율기구 역시 소비자들이 지적하는 근본적인 게임 비즈니스 모델의 문제점을 개선하지 못하고 있었다. 개별 확률을 성실히 고지하고 있지만, 다양한 재화의 확률을 모두 공개하고 있지는 않으며 확률 자체가 의심되는 경우에도 이를 확인할 수 있는 수단을 가지고 있지 않았다. 모든 문제를 일시에 해결할 수 없더라도, 자율규제의 근본적인 목적 중 하나가 소비자들의 피해를 신속하게 구제하기 위함에 있음을 고려하여 보다 적극적인 의견의 수렴과 개선이 필요할 것으로 보였다.

정부의 게임 관련 정책과 규제에 대한 기조는 다소 모호하다. 자율규제 기구의 활동에 힘을 실어 주어야 한다는 사실을 인정하면서도 구체적인 지원 방안에 대한 결정은 미루고 있으며, 가장 최근 발표된 게임산업진흥 종합계획에서는 오히려 자율규

제의 단점을 보완하기 위한 정부의 간섭이 필요하다는 입장이 혼재되어 있었기 때문이다. 그러나 국내의 게임 자율규제는 가시적인 효과를 보이기에 여전히 시간이 필요한 시기를 지나고 있다. 규제들을 마련하는 과정은 결코 단기간에 이루어질 수 없기에, 감시자의 역할을 자처하며 보완과 개선책을 마련하는 것이 최선의 방법일 것으로 여겨진다.

자율규제 기구는 콘텐츠 산업의 초국가적 성격을 고려하지 않을 경우 역외 규제의 어려움을 심화시킬 뿐 아니라 국내 사업자에 대한 차별을 가속화하는 요인이 될 수 있음을 인지해야 한다. 또한 규제의 강화에 앞서 반드시 국제적 동향을 반영한 역외 사업자의 법 적용과 집행에 대한 개선을 확보해야 한다. 또한 자율규제가 정부규제와 대립하거나, 순수하게 법 제도와 무관한 자기감시자 아님을 홍보해야 할 필요가 있다.

본 연구는 게임 자율규제를 다루고 있는 기사들을 분석하여 보도프레임을 추출하고, 이를 통해 미디어와 수용자의 인식을 추론하여 향후 GSOK 등이 수행하는 자율규제의 방향성을 정립하는데 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다. 그러나 2년이라는 한정된 기간의 기사만을 대상으로 하였고 프레임 분석을 주요 분석방법으로 채택하여 게임 자율규제를 둘러싼 이해관계자들의 인식을 실증적이고 구체적으로 파악하는데 한계가 있다. 다만, 뉴스 독자들이 주로 검색 및 구독하는 인터넷 기사의 전량을 다각적인 측면으로 분석하고자 했다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이다.

ACKNOWLEDGMENTS

※ This work was supported by GAME SELF-GOVERNANCE ORGANIZATION OF KOREA(GSOK).

REFERENCES

- [1] Seong-gi Hwang. "The Present State and Improvement Direction of the Major Regulations on Internet Game", *media & law*, Vol. 17, No. 3, pp. 1-35, 2018.
- [2] Gyeong-sin Park. "Establishing game users' constitutional right in light of the constitutional court's recent decisions on Game Shutdown case and Game Real Name case" *law study*, Vol. 51, No. 1, pp. 1-37, 2020.
- [3] Dae-yang Jun, Hyun-ju Sin. "Issues and Self-regulations about Online-Game Addiction Restrictions", *Police Science Journal*, Vol. 9, No. 2, pp. 151-175, 2014.
- [4] National Assembly Research Service. "Limitations of offshore application of domestic Internet regulations and tasks for improvement", *National Assembly Research Service report*, No. 322, pp. 1-97, 2017.
- [5] Thomas, "Streeter, Policy, Politics, and Discourse". *Communication, Culture & Critique*, Vol. 6, No. 4, pp. 488-647, 2013.
- [6] Seung-Hye Wang, "Recherche sur l'autorégulation dans le droit public économique : (une) étude de droit comparé de l'alimentation Européen, Français et Coréen", *Seoul National University*, 2014.
- [7] Seung-Heum Hwang, "Self Regulation Issue in Online Game Industry", *Law & Technology*, Vol. 2, No. 4, 2006.
- [8] Heon-Il Jeong, "A study on how to introduce the video material self-deliberation system", *Korea Culture and Tourism Institute*, 2010.
- [9] Chol-Ho Choi, "Study on Self Regulation in Administrative Law", *The Institute for the Legal Studies*, Vol. 23, 2010.
- [10] Woo-Kwi Park, "A Study of Stakeholders' Perception Difference in Regulation System of Media Contents : Focused on Convergence and Social Media in Smart Media Environment", *Sungkyunkwan University*, 2013.
- [11] Alberto, Marcus, "The Effects of Mandatory and Voluntary Regulatory Pressures on Firms' Environmental Strategies: A Review and Recommendations for Future Research", *The Academy of Management Annals*, Vol. 20, No. 1, 2020.
- [12] Seung-heum Hwang. "Internet Self-Regulation and Law", *Seoul: Communication books*, 2014.

- [13] Do-seung Kim. “A study on the significance and necessity of self-regulation in the game content industry”, GSOK, pp. 1-64, 2020.
- [14] Hyun-jin Jin. “The effectiveness of the probabilistic item self-regulation plan Well?”, DigitalTimes, 2017. 2. 15.
- [15] National Assembly Research Service. “2019 inspect of the government offices Issue Analysis”, National Assembly Research Service research report, No. 7, pp. 1-192, 2019.
- [16] Jong-hyun Han. “A study on the regulation for in-game random box- based on the proposed revision bill of THE GAME INDUSTRY PROMOTION ACT”, LAW & TECHNOLOGY, Vol. 11. No. 5. pp. 94-118, 2015.
- [17] Kyung-ae Park. “A Legal Study on the Self-regulation of Online game”, Changwon University Graduate School Ph.D. Dissertations. 2020.
- [18] Ministry of Culture, Sports and Tourism. “Game industry Comprehensive promotion plan”, pp. 1-74, 2020.
- [19] Jin-Eung Choi, “Limitations and improvement tasks of domestic Internet regulations outside the region”. National Assembly Research Service, 2017.
- [20] “Korea Consumer Agency press release”, Korea Consumer Agency, April 17, 2020, <https://www.kca.go.kr/home/sub.do?menukey=4002&mode=view&no=1002927937>,
- [21] Jong-hyun Park. “A study on self-regulation measures for game advertisements”, GSOK, pp. 1-105, 2019.
- [22] Entman, “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”. Journal of Communication, Vol. 43, No. 4, 1993.
- [23] Goffman, “Frame Analysis: An essay on the organization of experience”, Cambridge: Harvard University Press, 1974.
- [24] Wyer, Srull. “Category Accessibility: Some theoretic and empirical issues concerning the processing of social stimulus information”, NJ: Lawrence Erlbaum, 1984.
- [25] Shoemaker, Resses. “Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content”, Michigan: the University of Michigan, 1991.
- [26] Richardson. “Decoding U.S. media through framing theory: examining the coverage of Hugo Chavez in the New York Times and the Washington Times”, PhD dissertation, Colorado State University, 2013.
- [27] Hond. “Framing and tone-of-voice of disaster media coverage: The aftermath of the Enschede fireworks disaster in the Netherlands”, Health, risk & society, Vol. 13, No. 3, pp. 201-220, 2011.
- [28] Hallahan. “Seven Models of Framing: Implications for Public Relations”, JOURNAL OF PUBLIC RELATIONS RESEARCH, Vol. 11, No. 3, pp. 205-242, 1999.
- [29] Parenti, “Inventing reality: The politics of news media”, New York: St. Martins Press, 1993.
- [30] D’Angelo, Kuypers, “Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives”, NY: Routledge, 2010.
- [31] Mi-su Na, Jung-hee Kang. “A Frame Analysis of Nurse-related Articles from Korean Daily Newspapers”, Journal of the Korean Society for Nursing Education, Vol. 24, No. 4, pp. 453-462, 2018.
- [32] Mit-eum Choi, Hee-su Jung. “Analysis of Disaster News Frame of Host Broadcaster for Disaster Broadcasting Services : Focusing on Zika Virus News”, Journal of the Korean Contents Association, Vol. 18, No. 7, pp. 609-619, 2018.
- [33] Hong-sik Yu, Jong-hwa Kim, Ji-eun Lee, So-yeon Jin. “The frame analysis of the adolescent online game regulation policy : Focused on shutdown system news report”, Journalism Research, Vol. 11, No. 4, pp. 355-384, 2011.
- [34] Myung-hee Yun. “Education Evaluation Terminology Dictionary”, Seoul: Hakjisa, 2004.



박현아 (Park, Hyun Ah)

약력 : 한양대학교 미디어커뮤니케이션 박사과정 수료

관심분야 : 온라인게임, 게임규제, 게임법



이재진 (Lee, Jae Jin)

약력 : (현) 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수,
인터넷선거보도심의위원회 위원,
등재지 <미디어와 인격권> 편집위원장,
인터넷신문위원회 광고심의분과 위원장,
KBS 객원해설위원, 한국언론법학회 고문
(전) 한국언론학회 회장, 언론중재위원,
한국언론법학회 회장, 방송통신심의위원회 위원

관심분야 : 미디어 법, 윤리, 정책
